

١٠٠١ ٣ ٤٢٠

دراسة السوق والمستهلك لسوق الهدى والأضاحي

دراسة

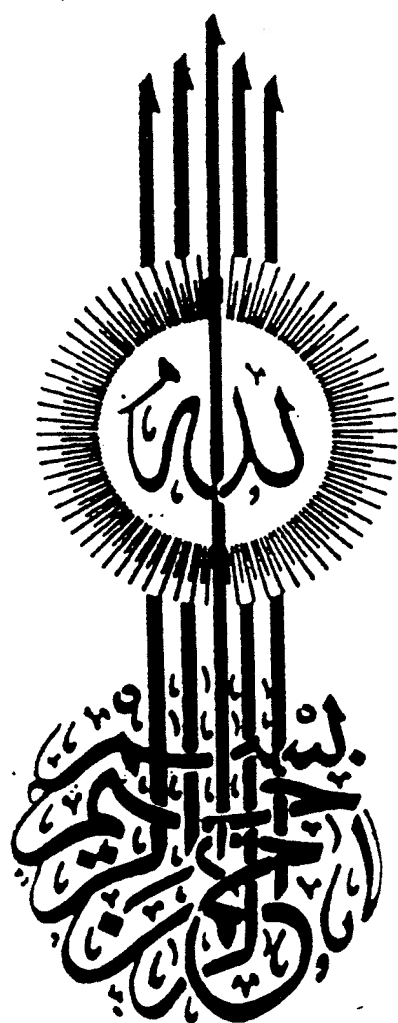
مقدمة للبنك الاسلامي للتنمية

١١/٦/٢٠٠٠م

دراسة

السوق والمستهلك لسوق الهدى والأضاحي

٢٠٠٠/٦/١١م



يستهدف مشروع المملكة العربية السعودية للاستفادة من لحوم الهدى والصدقات والتي يؤديها الحاج لا تمام نسكه رغبة في إكمال أداء شعيرته الدينية والتقرب عز وجل لله بها. حيث يقدم حاليا المشروع خدمات للحاج تركز على هدف رئيسي هو الاستفادة الكاملة من لحوم الذبائح التي ينحرها الحاج والتي كانت لا يستفاد بالكامل منها وإيصالها لمستحقيها من فقراء الحرم مع توسيع دائرة المنفعة لتشمل فقراء المسلمين في مختلف مناطق العالم الإسلامي.

المشروع يستهدف خدمة الحاج من خلال تسهيل عملية نحر النسك وتوزيع اللحوم على المستحقين. وتوفر للحاج حاليا عدد من الخيارات حيث يتواجد منافسين لتقديم خدمة الذبح والتي لا تقدم بنفس النوعية (من حيث توفر الشروط الشرعية) يضاف لها أن المنافسة لا تهم بتوزيع اللحوم وإيصالها لمستحقيها وترك الأمر في يد الحاج أو يقوم الجزار ببيعها بعد تركها له من قبل الحاج. وتستند المنافسة نتيجة لعدم تقديمها خدمات إضافية للاستفادة من الذبيحة على تخفيض السعر وعرض الذبيحة بسعر منخفض عن ما يقدم من قبل المشروع يضاف لها ثمن زهيد مقابل خدمة الذبح نتيجة لعدم قيام الجزار بسلخ وحفظ الذبيحة وإعدادها. الأمر الذي يجعل الحاج ينجرف ولا يفكر في النتائج والتي يجب على المشروع أن يظهرها في حملة الدعاية والإعلان والتوعية التي سيقوم بها البنك. وجعل المقارنة بين المشروع والمنافسة تستند على كافة الأبعاد.

ويعتبر مشروع المملكة العربية السعودية خيرى لا يستهدف الربح وإنما تغطية تكاليفه مع قيام الدولة أو البنك في حالة تواجد عجز بين الإيراد وتكلفة بتغطية النقص في الموازنة حيث يهتم المشروع بخدمة المسلمين ونظافة البيئة في الحرم.

ومن هذا المنطلق نتجه نحو دراسة عناصر السوق الخاص بالهدى والصدقات المستهلك (الحاج) والمنافسون بهدف بناء الاستراتيجيات التسويقية التي يتمكن المشروع من الوصول للطاقة القصوى إنتاجيا وتوعية المستهلك بالخدمات والفوائد من التعامل مع المشروع مقارنة بالمنافسة.

لتحقيق أهداف الدراسة أيضاً تم تصميم استبيانات موجهة للمنافسة للتعرف على اتجاهاتها ودرجة تأثيرها (إيجاباً أو سلباً) بالمشروع، بالإضافة إلى محاولة معرفة مدى تميزها عنه والاختلاف في المنتجات الخاصة بالمشروع كما تمت دراسة كيفية احتوائها من قبل المشروع وأبعاد التعاون الممكنة مستقبلاً وجدوى ذلك اقتصادياً للمشروع. كما تم خلال نفس الوقت زيارة المجزرة البديلة للتعرف على التنظيم الحالي وأسلوب الذبح وتصرفات الحجاج والقائمين على الذبح وذلك بهدف تكوين تصور شامل للوضع الحالي للخدمة والمنافسة ولسلوكيات الداجين داخل المجزرة البديلة.

كما تم خلال نفس المرحلة زيارة المحازر البعيدة عن مجموعة المحازر داخل المشاعر وخاصة مجزرة العسيلة للتعرف على نوعية من يقوم بالذبح هناك وطبيعة النشاط الممارس ونوعية المنتجات المعروضة هناك.

المجزرة البديلة:

٢,١

إن أهمية اختيار العينة يؤدي إلى إيجاد التوازن بين المعلومات التي يتم جمعها وبين التي يهدف البحث إلى إيجاد إجابات وحلول لها. وقد تم اختيار هذه العينة كجزء مكمل للبحث حيث هدفنا في هذه العينة على التعرف على المنافسين المباشرين. وقد تم إجراء هذه الدراسة على عينة مكونة من ٣٥ من ملاك الحظائر أو المستأجرين والذين يقومون بتوفير الذبائح للحجاج لموسم الحج والقيام بتقديم الخدمات لهم حيث نرى أن ما نسبته ٤٣% من الحجاج يقومون بشراء الذبائح من المحازر مباشرة ((مجموع المذبوح- البنك)) ÷ مجموع المذبوح). هذا واحتوت قائمة الاستبيان على جميع الاستفسارات والتي يمكن من خلالها توفير معلومات وبيانات أكثر دقة وتفصيلاً بحيث يمكن على أساس هذه المعلومات إمكانية التوصل إلى نتائج.

والاستفسارات التي طرحت من خلال الاستبيان تشمل على تحديد أنواع الذبائح وعدد الحظائر المملوكة لأصحاب الحظائر والخدمات التي يقدمونها وأيضاً آرائهم عن

مشروع المملكة للإفادة والأعمال التي يقوم بها المشروع وتأثيرها على نشاطهم وإمكانية التعاون مع المشروع مستقبلا والصور المقبولة للتعامل.

٢,١,١ أنواع الذبائح المتوفرة لدى الملاك وكمياتها

تتوفر لدى الملاك نوعان من الذبائح الأغنام والخرفان، فالأغنام منها الماعز المصري والماعز البيشي وغير ذلك ونرى من الجدول رقم (١) أن الماعز المصري لا يتوفر لدى جميع الملاك الذين شملتهم العينة , بينما نجد أن الماعز البيشي يتوفر لدى كثير من الملاك وتصل نسبته إلى ٥٤,٣ % من حجم العينة وتتراوح أسعاره إلى قسمين ٤٥,٧ % الأول سعره ٢٠٠ إلى ٣٠٠ ريال والباقي ٨,٦ % تصل أسعارها من ٣٠١ إلى ٤٠٠ ريال. والكميات المتاحة فنجدها تتراوح بين ٣٠٠ إلى ٣٠٠٠ رأس لكل حظيرة من الحظائر التي تعرضها على الحجاج.

النوع الآخر من المواشي هي الخرفان ولها عدة أنواع كالنعيمي والسواكي والحرى والتركي والسوري والنجدي وغيرها . ونجد أن أكثر الأنواع المتوفرة لديهم هي البربري والحرى. حيث نجد أن ما نسبته ٤٠ % من حجم العينة يتوفر لديهم البربري أما أسعارها فما نسبته ٢٦ % منهم تكون الأسعار لديهم ما بين ٢٠٠ إلى ٣٠٠ ريال وفي المقابل الباقي وما نسبة ١٤ % تتراوح أسعارها بين ٣٠١ إلى ٤٠٠ ريال. ويأتي بعد ذلك في الترتيب من حيث أعداد الحظائر الموفرة الحرى وتبلغ بنسبة الحظائر ٣٧,١ % من حجم العينة وتقسم حسب فئات السعر بنسبة ١٤,٣ % منهم تتراوح أسعارها ما بين ٢٠٠ إلى ٣٠٠ ريال وما نسبته ١٧ % تتراوح الأسعار لديهم ما بين ٣٠١ إلى ٤٠٠ ريال وأما الذين تتراوح لديهم الأسعار بين ٤٠١ إلى ٥٠٠ ريال فنسبتهم تصل إلى ٥,٧ % وتتراوح الكميات المعروضة لدى الملاك (المستأجرين) من الخرفان الحرى ما بين ٧٠ إلى ٢٠٠٠ رأس .

وأخيرا نجد الخرفان النجدية متوفرة لدى بعض الحظائر ولكن بكميات قليلة وتصل نسبة الحظائر إلى ٢,٩ % من حجم العينة وتتراوح سعرها ما بين ٤٠١ إلى ٥٠٠ ريال والكمية المتاحة لديهم تصل إلى ٥٠٠ رأس . وهنالك نسبة ٢٠ % من حجم العينة امتنعوا عن الإجابة أو التعاون في بعض المعلومات.

٢,١,٢

نسبة امتلاك الاحواش ومساحاتها .

لإمكانية توفير الذبائح أول بأول يجب توفير مساحة قريبة من الحظائر وذلك لوضع المواشي التابعة لهم حتى يمكن تلبية طلبات الحجاج بأسرع وقت ممكن وبأقل تكلفة وجهد ممكنان . هذا ونجد أن الإجابات كانت عكس المتوقع حيث أجاب ما نسبته ٧٧,١% من حجم العينة بأنهم لا يملكون أحواش قريبة للحظائر وأما من يمتلكون الاحواش فتقدر نسبتهم بحوالي ١٤,٣% فقط وذلك من حجم العينة ونرى أن مساحاتها تتراوح ٢٠٠م إلى ٢٦٠٠م . وهناك نسبة ٨,٦% من حجم العينة امتنعوا عن الإجابة انظر إلى الجدول رقم (٢).

٢,١,٣

عدد الحظائر الموجودة في مكة والمستأجرة

الملاحظ ومن الجدول رقم (٣) أن ما يقارب من ٥٧,٢% من حجم العينة توجد لديهم حظيرة أو أكثر وبموقع أو أكثر من موقع (وذلك في عدة أماكن متفرقة بعيدة عن المشاعر) بل ويلاحظ أن الهدف من وجود الحظائر هو القيام بتربية المواشي ورعايتها فيها مما يعكس بعد إضافي تقوم عليه المنافسة وتعتبر العملية امتداد أفقي لها. في حين نجد أن ٣١,٤% من المالكين للحظائر يوجد لديهم موقع واحد فقط حيث يتركزوا في أماكن عدة منها العسيلة والشرائع والجزرة. ونرى أن مساحاتها تتفاوت بين ٢٠٠ إلى ٢٢٠٠م لكل حظيرة . بينما نجد أن نسبة ١٤,٣% من ملاك الحظائر يملكون موقعين في أماكن عدة منها المعيصم والشرائع والعليلة ومساحاتها تكون ٢٠٠م , ٢٢٠٠م , ٢٢٠٠٠م .

وبالنسبة للذين يملكون ثلاثة مواقع أو أربعة مواقع فنجد أن نسبتهم تصل إلى ٢,٩% من ملاك الحظائر ونجد أن مواقعها بالطائف والشرائع. أما الذين يملكون ستة مواقع للحظائر فتصل النسبة إلى ٥,٧% من الملاك أما مواقعها بالعوالي أو عسير . وأخيرا نجد أن ما نسبته ٤٢,٨% من حجم العينة لا توجد لديهم حظائر .

٢,١,٤

توافر خدمات الذبح للحاج وتكاليفها:

إن الهدف الرئيسي للملاك الحظائر (المستأجرين) هو توفير الذبائح للحاج، ولكن لا يقدموا خدمات للحجاج كالقيام بعملية الذبح. وما نلاحظ من الجدول رقم (٤) بأنهم لا يقوموا بتوفير خدمات الذبح ونسبة ٩٤,٢ في المائة من العينة. ويمكن أن يعود ذلك إلى انخفاض عائد الذبح أو عدم توفر جزارين متخصصين أو عدم توفر مكان جيد للذبح واحتياجهم للترخيص من البلدية في ظل عدم تواجد تنظيم ورخص لمن يقدموا هذه الخدمة. فقط نسبة صغيرة ٢,٩ في المائة تقدم خدمة الذبح وامتنع ٢,٩ في المائة عن الإجابة.

٢,١,٥

التعاون مع مشروع المملكة:

مشروع الإفادة يهدف لتقديم خدمات للحاج وتوفير احتياجاته بأقل سعر ممكن وبدون ربح ويعتمد على الموردين في توفير احتياجاته من الذبائح، في حين تهدف المنافسة لتحقيق الربح من خلال توريد أو تربية المواشي. لذلك نجد أن الموافقة على التعاون مع مشروع المملكة سيكون في إطار يخدم مصالحهم ولا يتعارض مع هدفهم الرئيسي الربح لتواجد تكامل بين الطرفين. وبالنظر في الجدول رقم (٥) نرى أن نسبة كبيرة من الملاك وتصل نسبتهم إلى ٦٥,٧% من حجم العينة لديهم الرغبة في التعاون مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدى والأضاحي. بينما نجد أن نسبة ١٧,١% من حجم العينة يرفضون التعاون مع المشروع وذلك لأسباب عدة منها عدم تعاون المشروع معهم أساسا في عملية الذبح ولا يقوم المشروع بالذبح في أيام التشريق علاوة على أنهم يعتبروا المشروع منافسا خطرا عليهم وأستهدف محاربتهم وقطع رزقهم. وأمتنع ما نسبتهم ١٧,١% من العينة عن الإجابة على هذا السؤال.

٢,١,٦

تأثير وجود مشروع المملكة:

يعتبر وجود مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدى والأضاحي مؤثر على الملاك ومن ثلاث نواحي هي: أولا يؤثر على حجم العمل المتوفر لهم وثانيا إن المشروع مفيد للمسلمين لو أعطوا فرصة للتعاون معه وثالثا إن المشروع مرتب لعملية الذبح وافضل

ولكن المطلوب التعاون معه. من خلال الجدول رقم (٦) نجد أن ٧٤,٣ % يرون أن المشروع أثر سلباً على حجم أعمالهم ويرى فقط ٨,٦ % من العينة يرون أن للمشروع فائدة للمسلمين (عدم الرضا عن المشروع مرتفع هنا من خلال عدد من أجابوا) في حين يرى ٨,٦ % أن المشروع مؤثر من جميع النواحي وأنه مفيد للمسلمين ومرتب لعملية الذبح وامتنع عن الإجابة ما نسبته ٨,٦ %.

٢,١,٧ صيغ التعاون مع المشروع

نجد أن ما نسبته ٦٦ % من حجم العينة يرغبون في التعاون مع المشروع ولكن بصيغة تحكم التعاون فيما بينهم بحيث يمكن تلافي الاختلافات.

وقد تم تحديد عدد من الصيغ التي يمكن التعاون من خلالها في التالي:

١. توريد الأغنام والخرفان للمشروع.
 ٢. بيع الخرفان للحاج وتذبح للمشروع.
 ٣. البيع من خلال المشروع مع تحمل كلفة الذبح ووضعها مع السعر.
- هذا وقد تم أخذ آرائهم حول أفضل الصيغ للتعامل معهم ومن خلال الجدول رقم (٧) نجد أن ما نسبته ٢٢,٩ % من حجم العينة يرون البيع من خلال المشروع مع تحمل كلفة الذبح ووضعها في السعر كصيغة مناسبة للتعاون مع المشروع. بينما يفضل ١٧,١ % من العينة توريد الأغنام وخرفان المشروع. ويفضل ما نسبته ١٤,٣ % من العينة أن يتحول المشروع لشركة مساهمة ويملكوا فيها. ويفضل ٨,٦ % من العينة على بيع الخرفان للحاج وبدوره يذبح في المشروع. ويرى ٨,٦ % التوريد للمشروع والبيع للحاج للذبح في المشروع. وتري نسبة ٥,٧ % من العينة البيع للحاج أو من خلال المشروع مع تحميل الثمن كلفة البيع. وترك ٢,٨ % من الملاك اختيار صيغة التعاون للمشروع في حين امتنع ٢٠ % عن الإجابة.

٢,٢ كبار تجار المواشي:

تتكون سوق الأغنام والخرفان (المواشي) في المملكة العربية السعودية من فئتين رئيسية من المتعاملين في السوق الأولى هي مجموعة من صغار المربين أو أفراد يقوموا بتربية

أنواع محددة لهذا الغرض طول العام علاوة على حصولهم على جزء من احتياجاتهم من الفئة الثانية وسبق وتناولنا توجهاتهم في الجزء السابق. ويدخل ضمن الفئة الأولى الشركات الزراعية المساهمة ولكن إنتاجها يوجه للسوق الاستهلاكية وليس للحج لارتفاع قيم خرفانها. والفئة الثانية وهي المحتكرة والأكبر قوة وتأثير في السوق وهم الموردين كبار التجار (المستوردين). وترتكز السوق على تربية نوعين من المواشي (تستورد أو تربي) النوع الفاخر مرتفع الثمن والذي لا يصلح للأضاحي والنوع الثاني متوسط الثمن (أغنام محليا تربي أو خرفان استيراد) مثل شركة المواشي والنويصر وشركتان متوسطة. وتعتبر هذه السوق شبه احتكارية يحدد الأسعار والكميات فيها أربعة شركات ومؤسسات. وليس من السهولة توسعهم أو دخول المنافسة تجاههم نظراً للإمكانيات من الأصول المطلوبة للدخول في هذا المجال. يضاف لها حكر الاستيراد عليهم دون فتحه للدول الإسلامية القادرة على التوريد والمنافسة مثل تركيا وسوريا ودول المغرب العربي والسودان وغيرهم.

ولم يهتم البنك الإسلامي للتنمية فسخ المجال لصغار المربين والتجار المنافسة حيث يتم حكرها بسبب المناقصة وعرض الأسعار وتأمين الكميات على الكبار فقط. الأمر الذي جعل الكبار تسيطر على السعر المفروض على البنك ومن خلال تحويل المنافسة تجاه البنك وصغار المربين والتجار على المستهلك النهائي مع حصر دور البنك الإسلامي في تحديد السعر العام والبيع بسعر أقل لجذب المستهلك الحساس سعرياً أو الراغب في خدمة خاصة كالتأكد من القيام بالذبح لفروقات مذهبية. والمفروض أن يطور البنك عمله وينقل التنافس السعري لسوق الموردين (كبار التجار) من خلال توجيه صغار التجار والتعامل معهم مباشرة. وحالياً يعتبر السوق الحالي المغلق عالمياً والمفتوح لكبار التجار والموردين السعوديين نوع من المحتكر والمؤثر سلباً على القدرة على المنافسة والمعطل لرسالة البنك فيما يختص بالتسويق للمشروع من خلال الذبح وإيصال الذبائح لمستحقيها. ويتطلب الأمر من البنك تغيير الاستراتيجية الحالية وتطوير استراتيجية جديدة لزعزعة التركيبة الحالية وتطوير تركيبة جديدة من خلال احتواء المنافسة ونقل التنافس إلى سوق الموردين وكبار التجار وتكوين نوع من المنافسة فيه.

الجمعيات الدينية المحلية الخاصة بدول الحاج وترتكز في الحاج المالىزين ويمكن التغلب عليهم من خلال الإفادة والتركيز على الشرط الأساسي بعدم جواز ولا يجرى للحاج أن يذبح خارج الحرم وأن الفائض هو الذي ينقل للخارج والقيام الحالي بالذبح خارجاً فيه كسر جزء من الشريعة التي اشترطت أن يساق الذبح إلى المشعر الحرام ويذبح هناك ويتم ذلك من خلال الأدلة المطولة هنا والمنشورات في جزء تكون الإستراتيجيات.

أسلوب عملها الحالي يعتمد على تأجير مواقع للتجار ويتعامل المستهلك مباشرة مع التاجر. وتقدم خدمة الذبح فقط من قبل البنك الإسلامي وتكلفة مرتفعة. وهناك ملاحظات وسلبات على الرغم من أن هذا النوع من التشغيل يعتبر الأفضل من حيث إتاحة الفرصة للمستهلك في اختيار الذبيحة وشرائها مباشرة ثم ذبحها. وهو اتجاه ينظر له على أنه التوجه الصحيح. والاستفادة من السلبات وترك عملية المنافسة الحرة بعد هام لخدمة المستهلك يجب أخذه في الاعتبار.

أولاً: التعامل مع المنافسة والسعر: يجار بعض الأشخاص لعدد من الحظائر أو الأحواش وتأجيرها من الباطن لمن يرغب في استخدامها كمنافذ للبيع بأسعار أعلى من القيمة التجارية التي يحددها البنك. الوضع الذي سينعكس على الحاج والاقتصاد الخاص بالقائمين على توفير المنتجات.

ثانياً: التعامل مع المنتجات: إساءة معاملة الحيوانات أثناء نقل الحيوانات إلى الحظائر أو نقلها إلى المجزرة وأهم مظاهر الإساءة هي ضرب الحيوانات بقسوة وربطها بسلك لسحبها إلى المجزرة. وهروب الحيوانات خارج الحظائر مما يعرض الحاج للمخاطر وكذلك الحركة الخاصة بالسيارات التي تنقل العاملين أو المقيمين في المجزرة.

ثالثاً: هدف البنك والمشروع: وجود قطع كبيره من اللحم ملقاة في أماكن متفرقة حول المجزرة أو قرب الأحواش بصورة تبتعد عن هدف البنك حول الاستفادة من اللحوم للفقراء ونظافة البيئة.

رابعاً: سلوكيات العاملين: تدخين موظفي الأمن على باب المجزرة ويتصاعد الدخان في وجه الحاج الذي يسأل ويستفسر عن أعمال الذبح وخلافه. عملية السلخ الآلي مما لا شك فيه توفر الوقت ولكنها تؤدي إلى تمزيق جلد الحيوان الذي يمكن أن يستخدم بعد ذلك في المصنوعات الجلدية وهذا التمزيق يقصر استخدام الجلود على صناعات مثل صناعة الأحذية مثلاً. العمل خلال هذه الفترة (الحج) مرهق جداً للجزارين والأطباء البيطريين ومبررات ذلك هو الضغط الكبير ولكم الكبير من الذبائح. ولاحظنا في صباح يوم الثاني عشر تجمع أعداد كبيرة من وكلاء الحاج على باب إدارة البنك يطالبون بمقابلة رئيس البنك ويمنعهم من الدخول (موظف الأمن والسلامة بالإضافة إلى جندي) ويطالبون بجزء من ذبائحهم بحجة أنهم وكلاء عن حجاج اشتروا من ٧-١٠ بقرات أو جمل ولم يأخذوا شيئاً من ذبيحتهم أو حتى كبدة وأنهم رأوا بأعينهم أنها توضع في برادات أو توزع على الأفارقة ثم يرمونها ولا يعطون الوكلاء شيئاً منها وأنهم متضايقون من هذه العملية. وقد أفاد بعضهم بأن فيما معناه أن قوات المجاهدين تطردهم بالعصي لإبعادهم عن المجزرة وبقسوة شديدة وسوء تعامل. وبكلامنا مع موظف الأمن الخاصة بالبنك أفاد بأنهم قد بلغوا المسؤولين في البنك ولم يعثوا لهم وأن هذه الزحمة أمام باب الجمال فقط.

النتائج:

٢,٥

المنافسة غير منظمة والسيطرة حالياً تتم من قبل كبار تجار المواشي في حين يسترشد الصغار بتسعير البنك الذي لا يهدف للربح وإنما لرسالة تهدف للاستفادة من لحوم الأضاحي والتحليل يركز بالتالي على تكوين وتطوير استراتيجية جديدة هي احتواء المنافسة ونقلها تجاه كبار تجار المواشي.

٣ تحليل المستهلك:

ونقصد بالمستهلك هنا الحاج والراغب في أداء نسكه من خلال ذبح الهدى أو التصدق بلحوم الذبيحة لفقراء الحرم أو فقراء المسلمين. وقد يكون الحاج فردا أو يمثل مجموعة كالوكيل عن مجموعة من الحاج لاستلام جزء من الذبائح كما يتم حاليا مع البنك الإسلامي للتنمية. وسيتم التركيز هنا على المستهلك (الحاج كفرد والوكيل للحصول على المعلومات عنه وعن تعامله مع المشروع ومدى درايته ومعرفته به.

٣,١ جمع المعلومة قبل وبعد الحج:

وسيتم جمع المعلومات قبل وإثناء أداء الحج وبعد الانتهاء من أداء الحج بهدف التعرف على مدى تواجد ما يغير وجهة النظر أو زيادة المعرفة عن المشروع أو الدوافع التي تجذبه للتعامل مع المشروع تمهيدا لبناء الاستراتيجية التسويقية للمشروع وجدوى التركيز الداخلي والخارجي. وسيساعد في حالة عدم وجود فرق في تصرفات ورؤيا الحاج قبل وبعد الحج على الحكم على عقم الوظائف الحالية التسويقية في إقناع أو تغيير رأي الحاج حول الذبح في المشروع من عدمه.

٣,٢ طرق جمع المعلومات:

سنعتمد في جمع المعلومات عن المستهلك (الحاج والوكيل) على ثلاثة أدوات الاستبيان (والذي سيتم استخدام نموذجين ليعكسا الوضع حول وقت دخول المستهلك للمملكة العربية السعودية وبقائه حتى الحج) وعلى المقابلة الشخصية وعلى أسلوب البحث النوعي.

تم استخدام أسلوبين لجمع المعلومات الأول هو الاستبيان والمقابلة الشخصية والثاني هو البحث النوعي. حيث ركزت المرحلة الأولى من الدراسة على تطوير الاستبيانات الخاصة بجمع البيانات وهي موجهة لثلاث فئات تمثل أطراف العلاقة في المشروع وهم الحاج والمنافسة والوكلاء. وتم تدريب المساعدين على جمع المعلومات علاوة على كيفية إجراء البحث النوعي لفرد واحد فقط. في حين تم من خلال المرحلة الثانية جمع المعلومات إثناء موسم الحج وقام مركز أبحاث الحج بتفريغها وتم استبعاد بعض الاستثمارات التي لا تفي بالشروط وخاصة كونها متضاربة في الرأي.

تم جمع البيانات وتوزيع الاستثمارات لنوعين من الأفراد الحاج كفرد عادي وتم جمع عينة كبيرة وتحتوي كافة الجنسيات والوكلاء كطرف ممثل لمجموعة من خلال التواجد في المحازر وقت تسلمهم لجزء من الهدى وتوزيع الاستثمارات عليهم.

لتحقيق أغراض الدراسة فقد تم تقسيم الحاج إلى مجموعتين: الأولى وهي التي تبدأ من لحظة دخول الحاج إلى السعودية والثانية أثناء أدائه لنسك الحج وبعد الانتهاء منه أيضاً. وعادة ما يتم تفاعل الحاج مع المشروع في المرحلة الثانية ويتخذ فيها القرار حول الذبح في المشروع من عدمه. والهدف بالتالي من توزيع الاستثمارات قبل هو التعرف على مدى معرفة وإدراك الحاج بوجود المشروع وأهداف المشروع (وبعض المعلومات الأخرى ذات العلاقة) عند قدومه من بلده. والهدف من توزيع الاستثمارات في المرحلة الثانية والثالثة من أداء النسك هو التعرف على القرار المتخذ ومؤثراته. وقد تم ترجمة الاستثمارات للمراحل الثلاث إلى ثماني لغات هي التركية والفارسية والأوردو والفرنسية والإنجليزية والبنغالية والاوزبكية والملايو. وتمت تعبئة الاستثمارات تحت إشراف ومتابعة طلاب يجيدون هذه اللغات بهدف مساعدة الحاج الذين لا يجيدون القراءة والكتابة.

الجدول رقم: (٨)

عدد الاستثمارات التي تمت تعبئتها في مكة (المرحلة الأولى) قبل الحج

اللغة	العدد الكلي	مكة (قبل الحج)		
		مراكز التفويج	ساحات الحرم	المجمع السكني
العربية	٢٨٢	٧٠	٧	١٩٥
الإنجليزية	١٢٩	٠	٢٨	١٠١
الفرنسية	١٥٢	٠	٥٦	٩٦
الأوردية	١٣٥	٣	٠	١٣٢
البنغالية	١٢٩	٠	٠	١٢٩
الطاجيكية	٩٨	٠	٠	٩٨
الفارسية	١٧٧	٢	٧٣	١٠٢
الملاوية	١٢٨	٣٣	٢٩	٦٦
التركية	٦٦	٠	٠	٦٦
الإجمالي	١٢٨٦	١٠٨	١٩٣	٩٨٥

ونستعرض من خلال الجدول رقم: (٨) استثمارات الحج التي تم جمعها قبل الحج وللفترة الأولى والتي بلغت ١٢٨٦ استثماراً. حيث تم في هذه الفترة جمع الاستثمارات من مراكز التفويج وساحات الحرم وأماكن سكن الحجّاج. وبلغ عدد الاستثمارات كالتالي:

- ١٨٠ استثماراً جمعت في مراكز تفويج الحجّاج
 - ١٩٣ استثماراً جمعت في ساحات الحرم
 - ٩٨٥ استثماراً جمعت في أماكن سكن الحجّاج
- وتم تغطية ٩ لغات يتحدث بها الحجّاج.

الجدول رقم: (٩)

عدد الاستثمارات التي تمت تعبئتها في منى (المرحلة الثانية) أثناء الحج

اللغة	العدد الكلي	منى في أثناء الحج	
		المجازر	السكن
العربية	٦٦٧	٣٠	٦٣٧
الإنجليزية	٣٢٨	١٣	٣١٥
الفرنسية	٧١	٤٠	١٠٨
الأوردية	٢٢٩	٧٠	١٥٩
البنغالية	١٤٢	٤٤	٩٨
الطاجيكية	١٨٦	٦	١٨٠
الفارسية	٢٤٤	٣٦	٢٠٨
الملاوية	٣٥١	٥٥	٢٩٦
التركية	٢٣٣	٠	٢٣٣
الإجمالي	٢٥٢٨	٢٩٤	٢٢٣٤

ويحتوي الجدول رقم: (٩) على استثمارات الحجاج التي تم جمعها في منى أثناء موسم الحج وبلغت ٢٥٢٨ استثماراً. حيث تم جمعها في موقعين هما، المجازر وأماكن سكن الحجاج. وبلغ عدد الاستثمارات كالتالي:

- ٢٩٤ استثماراً جمعت حول المجازر البديلة (ليست مجازر المشروع)
 - ٢٢٣٤ استثماراً جمعت في أماكن سكن الحجاج في منى
- وتم هنا تغطية تسع لغات.

الجدول رقم: (١٠)

عدد الاستثمارات التي تمت تعبئتها في مكة (المرحلة الثالثة) بعد الحج

مكة (بعد الحج)		العدد الكلي	اللغة
السكن	الحرم		
٠	٠	٠	العربية
٠	٠	٠	الإنجليزية
٠	٤٩	٤٩	الفرنسية
٠	٤٩	٤٩	الأوردية
٢٥	٠	٢٥	البنغالية
٣٢	٧		الطاجيكية
٤٧	٣٨		الفارسية
٩	٢٢	٣١	الملاوية
٦٤	٥٢	١١٦	التركية
١٧٧	٢١٧	٣٩٤	الإجمالي

ويحتوي الجدول رقم: (١٠) على استثمارات الحجاج التي تم جمعها في مكة المكرمة وبعد انتهاء موسم الحج وبلغت ٣٩٤ استثمارة لاستكمال أعداد الحجاج للمرحلة الثانية. وتم جمعها حول الحرم وفي أماكن سكن الحجاج. وكان توزيع الاستثمارات على النحو التالي:

- ١٧٧ استثمارة حول الحرم
 - ٢١٧ استثمارة في مناطق سكن الحجاج.
- وتم تغطية خمسة لغات في هذه المرحلة.

الجدول رقم: (١١)

أماكن تجميع الاستثمارات في مكة المكرمة ومنى

اللغة	العدد الكلي	إنتاجية الفرد	مكة (قبل الحج)			مكة (بعد الحج)		منى في أثناء الحج	
			التفويج	الحرم	السكن	الحرم	السكن	المجازر	السكن
العربية	٩٣٩	٢٣٥	٧٠	٧	١٩٥	٠	٠	٣٠	٦٣٧
الإنجليزية	٤٥٧	٢٢٨	٠	٢٨	١٠١	٠	٠	١٣	٣١٥
الفرنسية	٣٤٩	١٥٠	٠	٥٦	٩٦	٤٩	٠	٤٠	١٠٨
الأوردية	٤١٣	١٨٢	٣	٠	١٣٢	٤٩	٠	٧٠	١٥٩
البنغالية	٢٩٦	١٤٨	٠	٠	١٢٩	٠	٢٥	٤٤	٩٨
الطاجيكية	٣٢٣	٣٢٣	٠	٠	٩٨	٧	٣٢	٦	١٨٠
الفارسية	٥٠٦	٢٥٣	٢	٧٣	١٠٢	٣٨	٤٧	٣٦	٢٠٨
الملاوية	٥١٠	٢٥٥	٣٣	٢٩	٦٦	٢٢	٩	٥٥	٢٩٦
التركية	٣٥١	١٧٥	٠	٠	٦٦	٥٢	٦٤	٠	٢٣٣
الإجمالي	٤٢٠٨		١٠٨	١٩٣	٩٨٥	٢١٧	١٧٧	٢٩٤	٢٢٣٤

وتم تجميع هذه الاستثمارات في الجدول رقم: (١١) ليعطينا صورة شاملة للوضع حيث تم جمع ٤٢٠٨ استمارة وبمجم يعكس أعداد الحجاج الوافدة حسب اللغات التي تتحدثها مجموعة الحجاج.

كما تم من خلالها أيضاً عمل بعض المقابلات مع بعض مجموعة من الحجاج وبعض الوكلاء وتم بالتالي أخذ معلومات إضافية وأعمق من السابقة وبتفاصيل أكبر ولها صلة مباشرة بسلوكيات الذبح. وستساعد على إلقاء الضوء على بعض التصرفات والسلوكيات التي تتم حالياً تجاه الذبح في المشروع وخارجه، فضلاً عن بعض الاقتراحات التطويرية للمشروع.

وهنا يمثل الوكيل ما مجموعه عشرة أفراد وأكثر من المستخدمين للمشروع وبالتالي يعتبر ١٤ فرد الذين تم جمع الاستثمارات عنهم يمثلوا وسيؤثروا على ١٤٠ شخص على الأقل ونتائجهم ستدعم نتائج الدراسة. وهم تقريبا الذين كانوا متواجدين وقت الذبح وفي صباح يوم ١٠ و ١١ من ذي الحجة.

نتائج المستهلك (الوكلاء):

٣,٣

الوكلاء وهو مصطلح ناجم من تنظيم قام به البنك حتى يقوم بتسليم مجموعة من الأفراد ذبيحة من الذبائح الكلية حتى يستفيدوا منها. وبالتالي هناك شخص يتسلم ذبيحة عن عشر ذبائح بموجب كوبون (توكيل محدد) وله الحق في حضور الذبح. ويعتبر الوكيل شخص مؤثر على من وكله ورجوعه بوجه نظر سلبية عن المشروع قد تؤثر على الموكلين وعلى الحجاج القادمين من نفس البلد لأنه وحسب النتائج يعتبر سماع ونصح من حج سابقا مؤثر على قرار من يليه ولذلك تم توجيه استمارات لهم وطلب منهم معرفة رأيهم مع ترك المجال لهم لإضافة ما يرونه مناسبا من آراء. وقد قاموا بإعطائنا معلومات من خلال الاستبيان الذي قدم لهم والذي يشمل آرائهم بما يتعلق بمناسك الحج الذي يؤدونه كذلك عن ذبائح الهدى والأضاحي. كما تم قياس مدى معرفتهم بمشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدى والأضاحي وعن أعمال المشروع وشرعيته .

تمت هذه الدراسة على ١٤ وكيلا من الحجاج (كل واحد يمثل أكثر من ١٠ أفراد منهم ٧ من الجنسية التركية و ٤ من الجنسية الفلسطينية وواحد من الجنسية المصرية واثنان لم تحدد جنسياتهم . وهذا تقريبا يعكس الجنسيات التي تتعامل حاليا مع المشروع يضاف لهم حجاج الداخل السعوديين وكما سنرى نجد أن هناك نوع من الغياب التوعوي للحجاج حول تواجد المشروع.

وحول كون العينة أن معظم أفراد العينة من الحجاج غير المقيمين بنسبة ٥٦ % بينما كانت نسبة المقيمين ٧ % وفي المقابل امتنع عن الإجابة ٣٦ %. ويبلغ متوسط أعمار أفراد العينة بين ٣٥ سنة الى ٤٦ سنة انظر جدول (١٢) وجدول (١٧). مما يعكس تركيبة الحجاج حسب ما سنرى فيما بعد وعند تحليل الحاج الفردي.

الجدول رقم (١٧ ب) توزيع العينة

النسبة %	التكرار	الجنسية
٥٠ ,	٧	تركي
٢٩ ,	٤	فلسطيني
٧ ,	١	مصري
١٤ ,	٢	غير معروف

وعلى مستوى التعليم فنلاحظ أن ما نسبته ٣٥% من حجم العينة حاصلين على شهادات جامعيه ومقابل ٣٥% لديهم المستوى ثانوي أما الحاصلون على الإعدادي فنسبتهم ٧% ولم يجيبوا نجد أن نسبته ٢١% من العينة انظر جدول (١٣). الأمر الذي يعكس عمق المعرفة والإدراك والوعي لدى الوكلاء حسب العينة الصغيرة (عشوائية في توقيت أخذها).

بالنسبة لمرات الحج فهي كما يلي نسبة ٢١% منهم حجوا لأول مره ونسبة منهم ٢١% حجوا اكثر من ثلاث مرات أما الذين حجوا لأول مره فنسبة ١٤% وأيضا نفس النسبة ١٤% للذين حجوا مرتين أما الذين حجوا لأكثر من خمس مرات فنسبة ٧% وامتنع عن الإجابة ما نسبته ٢١% من أفراد العينة انظر جدول (١٦) .

وعن وسائل النقل التي قدم الحاج بها إلى الأراضي المقدسة فيبلغ نسبة ٥٠% قدموا بالطائرة و ٢٩% استخدموا النقل برا بينما نسبة منهم ٢١% امتنعوا عن الإجابة انظر جدول (١٤). جهات العمل التي يعمل بها أفراد العينة فيلاحظ أن القطاع الخاص يحظى بالنسبة الأعلى ٣٥% بينما الأعمال الشخصية تأتي بعدها وذلك بنسبة ٢٩% بينما ٢١% يعملون بالقطاع الحكومي وامتنع عن الإجابة ما نسبته ١٤% انظر جدول (١٥). هذه نبذه موجزه عن أفراد العينة والتي تمت الدراسة عليهم.

أنواع الحج المحرم به وأنواع الذبائح التي ذبحت.

٣,٣,١

أن أكثر أنواع الحج شيوعا في أوساط الحاج هو التمتع بنسبة ٧١% من الحاج بينما هنالك نسبة ٧% من الحاج مفردين ويلاحظ أن ما نسبته ٢١% منهم

لا يعرفون أنواع الحج انظر جدول رقم (١٨). أما أكثر أنواع الذبائح التي تمارس في الحج فهو الهدى بنسبة كبيرة تقدر بـ ٩٣ % بينما نسبة ٧ % ذبائح الفدو انظر جدول رقم (٢١) .

٣,٣,٢ عملية شراء الذبائح وأماكن ذبحها .

يتم شراء الذبائح من أماكن متعددة كالباعة المتجولين أو من المجزرة أو من خلال مشروع المملكة للافادة من لحوم الهدى والأضاحي (بنك التنمية الإسلامي) أو من جهات مختصة أخرى لبيع الذبائح .

وقد لوحظ من عملية الاستبيان أن هنالك نسبة ٤٣ % يقومون بالشراء من المجزرة وأيضا نفس النسبة ٤٣ % فيقومون بعملية الشراء من مصادر أخرى مختلفة (الكوبونات - المشروع - بنك الراجحي ...) وقد امتنع عن الإجابة ما نسبته ١٤ % انظر جدول رقم (٢٠). أن عملية شراء الذبائح لها مصادر مختلفة كالشراء شخصيا أو بواسطة قريب أو يقوم بذلك المطوف أو رئيس البعثة أو من خلال مشروع الافادة أو بواسطة حاج آخر أو غير ذلك. وحسب إجابات الوكلاء نجد أن ٣٦ % من الحاجاج يعتمدون على رئيس البعثة (الأتراك) وأيضا نفس النسبة ٣٦ % بواسطة مشروع المملكة للافادة من لحوم الهدى والأضاحي بينما ٢١ % يقومون بعملية الشراء بأنفسهم أما ٧ % فبواسطة حاج آخرون جدول رقم (٢٢). وهنالك إجماع من قبل أفراد العينة بان من يقوم بعملية ذبح الذبائح هو مشروع المملكة للافادة. أما مدى الاستفادة الشخصية من الذبائح فهنالك ما نسبته ٥٧ % استفادة كليه أما ٤٣ % استفادة جزئية جدول رقم (٣٤). أما مصير الجزء غير المستفاد منه فيلاحظ عدم التحديد لعدم الإجابة بنسبة ٥٧ % أما ١٤ % فيقومون بترك الجزء غير المستفاد منه مكان الذبح أما ما نسبته ٢٩ % فلا يعلمون عنها انظر جدول رقم (٣٥).

٣,٣,٣

التعامل مع مشروع المملكة للافاده من لحوم الهدي والأضاحي

وستنطرق له من عدة زوايا تدور حول المعرفة بوجود وأعمال وتفضيل التعامل مع المشروع وسعر الذبائح وأخير رأيهم حول الأعمال التي يقوم بها المشروع. حتى نكون الصورة الكاملة حول المشروع والتعامل معه.

٣,٣,٣,١

المعرفة بوجود المشروع

هنالك وعي كبير بين الأفراد في معرفة المشروع وتقدر نسبة ٨٦% من الأفراد يعرفون عن المشروع بينما مانسبته ٧% لا يعرفون بوجود المشروع وقد امتنع عن الإجابة ما نسبته ٧% انظر جدول رقم (٢٣).

وقد تمت معرفة المشروع من خلال طرق عديدة كالجرائد والمطويات والمطوفين وبعثات الحج أو من خلال حجاج سبق لهم الحج ويلاحظ أن ما نسبته ٣٥% سمعوا عن المشروع من خلال أقرباء لهم سبق لهم الحج بينما يكون المطوف أو الدليل له التأثير الكبير على الحجاج لتعريفهم بالمشروع وأعماله وهذه نقطة مهمة يجب أخذها بعين الاعتبار أما ما نسبته ١٤% فقد تعرفوا على المشروع من خلال بعثات الحج أما بواسطة الجرائد فنسبتها قليلة ٧% كذلك عن طريق حجاج آخرون مانسبته ٧% وقد امتنع عن الإجابة ما يقدر بـ ٧% انظر جدول رقم (٢٤).

٣,٣,٣,٢

المعرفة بأعمال المشروع

هنالك تسأل من الحجاج عن الجهة التي تقوم بعملية الذبح وهل هي تراعي المواصفات الشرعية في الذبح فيلاحظ أن ما نسبته ٥٧% يدركون ذلك بينما ٤٣% ليس لديهم فكره عن أعمال المشروع والتي يقوم بها انظر إلى الجدول رقم (٢٥). بالنسبة لشرعية توكيل المشروع بالنيابة عن الحجاج فنرى أن نسبة ٩٣% يوافقون على هذا الرأي بينما مانسبته ٧% يرون عكس ذلك جدول (٢٦).

هنالك ما نسبته ٨٥% تفضل التعامل مع المشروع وذلك لأسباب منها الفتوى في شرعية التوكيل وأيضا السهولة في عملية الذبح وتوصية الأصدقاء وغيرها من مزايا يوفرها المشروع أما ما نسبته ١٥% فلم يجيبوا على هذا السؤال انظر جدول رقم (٢٧).

سعر الذبائح بالمشروع

٣,٣,٣,٤

هنالك نظرات متفاوتة حول سعر الذبائح وهو أن أسعار المشروع عالية بما نسبته (٣٦%) كذلك بان أسعار المشروع متقاربة مع المنافسة (٣٦%) وذلك مقارنة بأسعار الغير أما نسبة ٧% فتعتبر أن أسعار المشروع اقل من غيرها بينما هناك نسبة ١٤% لا يعرفون الأسعار خارج المشروع أما من امتنعوا عن الإجابة فيقدرون بنسبة ٧% انظر جدول رقم (٣١) وهنالك إجماع على أن أسعار الذبائح تقدر بحوالي ٣٥٠ ريال.

الأعمال التي يقوم بها المشروع ويشرف عليها

٣,٣,٤

يلاحظ أن ما نسبته ٢١% من أفراد العينة لا يعتقدون بان الحكومة تشرف على مشروع الإفادة من لحوم الهدى والأضاحي وذلك من خلال بنك التنمية الإسلامي بينما ٧١% يعتقدون عكس ذلك أما ٧% فامتنعوا عن الإجابة لعدم معرفتهم انظر جدول (٣٦). ويدرك كل الحجاج أن توكيلهم للمشروع نيابة عنهم جائز . فيما يري ما نسبته ٨٦% من العينة أن هيئه شرعيه أجازت توكيل الحاج للمشروع بينما وعلى النقيض ٧% لا يعتقدون ذلك أما ٧% فلم يجيبوا على هذا السؤال حسب الجدول (٣٧).

ومن زاوية مراعاة المواصفات الشرعية من قبل المشروع يدرك ذلك ما نسبته ٧١% من الحجاج بينما ما يوازي ٧% يشكون بذلك أما ٢٢% فامتنعوا عن الإجابة انظر إلى الجدول رقم (٣٩) . وهنالك مانسبته ٧١% من العينة يعلمون أن المشروع يشرف على نقل الذبائح ويقوم بتوفير جزارين مختصين أما ما نسبته ١٤% فيعترضون على ذلك ولا يعتبرونه صحيحا أما ما نسبته ١٥% فلم يجيبوا عن هذا السؤال جدول (٤١) و(٤٢). ويعتقد ما نسبته ٦٤% من العينة بشرعية تذكية الذبائح من قبل المشروع وهنالك مانسبته ٧% منهم لا يوافقونهم الرأي بينما لم يجيب مانسبته ٢٩% عن مشروعية التذكية انظر الجدول رقم (٤٣).

هنالك نسبة كبيره تقدر بـ ٩٣% يوافقون الرأي على أن المشروع ينظم عملية الذبح ويتخلص من النفايات بطريقة تحافظ على البيئة أما نسبة ٧% فامتنعوا عن الإجابة لعدم معرفتهم جدول رقم (٤٤). وأن ما يقوم به المشروع من أعمال خيرية بتوزيع لحوم الهدى والأضاحي على فقراء الحرم كذلك على فقراء الدول الإسلامية شيء ملموس ويدركه الحجاج بنسبة ٨٦% مع ملاحظة عدم إجابة مانسبته ١٤% من حجم العينة انظر إلى جداول رقم (٤٥) و (٤٦). هنالك ما نسبته ١٤% من حجم العينة لم يجيبوا على إجمالي الاسئلة عن المشروع نظرا لعدم معرفتهم بأماكن التوزيع ولعدم معرفتهم عن كامل أعمال المشروع.

٣,٤ الاتجاه النوعي:

تم التركيز هنا على بعد إضافي للقرب من الحاج وأخذ المعلومة مباشرة لتدعيم النتائج السابقة. حيث تم الجلوس مع مجموعة من الحجاج والجلوس معهم ومناقشة كافة القضايا التي تدور حول المشروع والتعامل مع الذبح من خلاله وما هي المحاذير. والهدف هنا هو تدعيم النتائج وليس إثباتها. ومع بعض الحجاج أشار البعض إلى أن مذهبهم يستلزم أنه يجب عليهم أن يذبحوا بعد الرمي وهم لا يعلمون متى سوف يذبح البنك عنهم واستحالة أن يبقوا في الإحرام حتى اليوم الرابع. ماذا يدريهم متى تركت ذبيحته ليطمئن قلبه وهل ذبحت حقيقة أم لا. علاوة على أنه يريد أن يأكل من ذبيحته فماذا يعمل لو فرض أن البنك ذبح عنه إنه يأكل من ذبيحتي المخصصة لي أم من ذبيحة غيره. ويرى الحاج أنه من السنة أن يأكل ثلث ويهدي ثلث ويتصدق بثلث وهنا لا يمكنه تحقيق السنة. يضيف لها بأن بعض الأغنام والأبقار مخالفة للشروط الشرعية كما رآها البعض. حيث يستندوا على أنه ليس هناك اطمئنان بأن القائمين باللجنة الشرعية تتوفر فيهم الكفاءة العلمية والخبرة العملية. حيث أن الأموال التي يتقاضوها يمكن أن تجعلهم يتغاضوا عن مخالفات شرعية ويمكن أن تلخص في التالي:

١. لقاء الأموال التي يتقاضونها لأنهم يريدون أن ينتهوا من عملهم بسرعة.

٢. ومع كثرة ما يعرض عليهم يجعلهم لا يهتمون بالملاحظات.

٣. سمعنا (والله أعلم) أن الموظفين يبقون واحد والآخرين يذهبون إلى السكن بعد التوقيع باعتبارهم موظفين مميزين ولا يمكن مسائلتهم خاصة وأن المسؤولين خاضعين للرقابة عليهم.

٤. الأطباء البيطريين أغلبهم من الجنسية المصرية وحسب ما سمعنا والله أعلم أنهم يتقاضون أموالاً من أصحاب الحظائر ورأى بعض أخواني أنهم يجيزوا أغنام وأبقار مريضة واضحة للإنسان العادي للذبح فكيف بالله عليكم تريدوننا أن نذبح عن طريق المشروع. هذه شعيرة كلفتنا وقت ومال فكيف نفرط في هذه الأمور وهي مهمة جداً.

٥. الجزائريين لا يسمون ولا يكبرون عند الذبح ولا يدعون حسب الشروط الشرعية في الذبح هذا ما سمعناه ومرروا السكين عدة مرات تقريباً ستة مرات أو سبع مرات حتى يجري الدم ليدعوا البهيمة (نعتقد والله أعلم أنهم غير جزائريين وأنهم عينوا بواسطة الواسطة حيث أن أغلبهم وللأسف مصريين) ولا نعلم هل هم مسلمون أم لا.

٦. رأى بعض الوكلاء في مجزرة المعيصم بأنه أذن لصلاة الظهر والعصر والجزائريين مستمرين في الذبح وتقريباً ٩٠% منهم لم يصلوا ما هذا هل هم جزائريين مسلمين؟ فهل يسلموا ذبائحهم لهم وهم الذين دفعوا عليها أموالاً وتكبدوا العناء لتأدية الشعيرة.

٧. رأى بعض الجزائريين أن الموظفين يعطون اللحم بطريقة بدائية (طريقة التكسير) مما يجعل الاستفادة من اللحم غير أمثل وبطريقة تثير التقزز من اللحم. الأولى أن يحضروا جزائريين محترفين يفصلون اللحم حسب المفاصل وهذا أسن ويعطى اللحم فائدة في الطبخ والموظفين في مراكز التوزيع يستخدمون سكاكين صغيرة جداً تستغرق منهم وقت طويل وأمامهم طوابير من طالبي اللحم وللأسف يعطون من بيته في جوار المركز (وهذا يعطينا ريبة في ما يلي :

♦ أن لحوم الهدى والأضاحي لا توزع لمستحقيها الحقيقيين وهذا واضح مثل الشم في كبد السماء ولو أمتنع موظف التوزيع عن إعطاء من أخذ سابقاً ما

حصل هذا الزحام المصطنع وأتى الفقير مستخدم اللحم للأكل وهذا هو الغرض.

◆ سمعنا والله أعلم أن سماسرة اللحم الذين يبيعون اللحم لمستخدميها للأكل يدفعون مالا لموظفي التوزيع لإعطائهم أكبر كمية من اللحم بل نشك أن يكون موظفي التوزيع شركاء معه السماسرة في هذه التجارة التي لا تكلفهم شيء حيث يجنون أرباح طائلة ويتقاضون رواتب من البنك بالإضافة إلى حجهم مجانا مع البنك.

◆ يفضل استخدام سكاكين كبيرة ويجبذا كهربائية للحم ومنشار للعظام.
◆ مراكز التوزيع غير كافية وضيقة جداً وليس هناك رقابة حيث يمكن أخذ اللحم في ما بين مرحلة خروجه من السيارة المثلجة البراد وغرفة التوزيع الضيقة وهنا يحصل نوع آخر تجارة اللحوم من قبل مسؤولي التوزيع مع السماسرة.

◆ يا حبذا لو يكون هناك مراكز توزيع للحوم منتشرة في منى ومكة المكرمة خاصة في الأحياء الفقيرة مثل المسفلة وغيرها .

◆ وتكون هذا المراكز في مناطق ذات كثافة عديدة من جنسيات الحجاج ذات متوسط الدخل والمنخفض.

وأن تكون الرقابة كما يلي:

◆ يتم تسليم السيارة المثلجة مثلاً ٢٠٠ رأس من الغنم بموجبه محضر تسليم ثم أصل وعدة صور ويقع السائق على استلامه في الأصل ويخطط بصورة من التسليم في المركز التسليم موضحا فيه مركز التوزيع بالوقت والتاريخ.

◆ يقوم السائق بتوصيل الشحنة إلى مركز التوزيع .

◆ يقوم المسئول عن مركز التوزيع باستلام الشحنة بالعدد ونوع الذبيحة بحضور مسئول الرقابة عن التوزيع ويوقع مسئول الرقابة بأن جميع اللوم في الشحنة أدخلت مركز التوزيع.

◆ يكون دور مسئول الرقابة هو ضمان عدم خروج أي ذبائح من باب غرفة التوزيع وأن التوزيع قد تم من خلال نوافذ التوزيع للطابور من قبل مسؤولي

التوزيع مع فصل بين مرجع مسؤولي التوزيع وممثلي الرقابة على المركز الذي يكون دوره تسجيل أي ملاحظات على مخالفات التسليم والتوزيع.

◆ إن توزيع مراكز التوزيع في أماكن متعددة في منى سيحقق عدة أهداف للمشروع وسيساعد على زيادة كمية اللحم الموزعة داخل منطقة الحرم. وبالتالي وصول اللحم إلى مستحقيه المباشرين الذي سوف يستخدمونها في الأكل.

◆ التقليل أو الحد من تجارة سماسة اللحوم الملتفين حول المجازر وخاصة من الفئات التي لا تراعي الشروط الصحية في اللحوم.

◆ التقليل من حدوث حالات التسمم نتيجة تحلل اللحم المعرض للشمس من قبل سماسة اللحوم من فك حالات الزحام التي يسببها المتجمعون حول المجزرة مما يسهل عملية الدخول والخروج من المجزرة.

◆ يساعد على زيادة المحافظة على البيئة حول المجازر مما يسببه سماسة اللحوم من أخذ اللحم وترك كميات من العظام مكشوفة للتعفن نتيجة التحلل العضوي.

◆ لوحظ ترك الأبقار والجمال تجري بين العمال والحجاج والموظفين مما قد يسبب حوادث للحجاج والعاملين ومنها ما سببته من حالة كسر نتيجة نطح ثور لعامل نقل على أثرها بالإسعاف إلى المستشفى إن ترك الجمال والأبقار بدون قائد وتجري في الممرات المخصصة للحجاج فيه خطر عظيم على صحة الحجاج وهناك من حالات هروب لبعض الجمال من مشتريها من الحجاج خارج منطقة المشروع.

◆ كثرة ما يلاحظ من قيام بعض الجزارين بالتدخين أثناء عملية الذبح في الجرة وهذا مخالف للشروط الصحية الواجب اتباعها داخل المجزرة الأفضل أن يصدر تعميم عدم التدخين داخل المجزرة أو عدم استقدام جزارين مدخنين.

◆ كثرة ما يلاحظ أن السيارات من نوع ونيت الحاملة للمخالفات الحيوانية من كرش وأوساخ تبعاً في الطرقات ما بين المجزرة ومبنى الإدارة وسكن الموظفين والحظائر مكشوفة وهذه سبب تلويث للبيئة وتكون أثناء تنقلها في

طرقات المشروع مكشوفة ما يصدر عنها روائح كريهة وما يتساقط عل الطرق من مياه والمخلفات الحيوانية ودماء مما يسبب في وساحة هذه الطرق.

◆ الحظائر وخاصة حظائر الجمال والأبقار لا تنظف من المخلفات الحيوانية (روث) ونتيجة بقاءها عدة أيام بدون نظافة مع اختلاط الروث بالماء والبرسيم تصدر روائح كريهة تجعل البقاء للحاج أو المرور بين الحظائر أمراً صعباً.

◆ نستخدم هذه الطريقة ن قبل المستأجرين لعملية اختصار عملية تسويق بهائمهم من حيث أن صدور هذه الرائحة لا تعطي الحاج الفرصة للمساومة (لا جدال في الحج) أو لمعرفة الأسعار بين الحظائر. لاختيرا البهيمة الجيدة ذات السعر المعقول.

◆ لوحظ عدم تغير الأطباء البيطريين بين الحظائر حيث أن الطبيب نفسه في جميع الأيام يعمل على حظيرة واحدة وهذا كون نوع من الصداقة بين صاحب الحظيرة والطبيب وكذلك موظفين التوزيع خلال أيام التوزيع لا يغير توزيعهم بين مراكز التوزيع وهذا ينشئ جو تعاقد بينهم والسماسة الأفضل ألا يعمل الطبيب البيطري أكثر من فترة في حظيرة واحدة وألا يعمل موظف التوزيع أكثر من يوم واحد في مركز توزيع معين.

◆ يلاحظ عند عقر الجمال عدم ربطها وهذا شوهة في أكثر من موقع مما قد يسبب هيجانها وهي تعقر وتسبب أخطار على الجزارين.

◆ يحصل تسرب للحوم خاصة في مجزرة الجمال والبقرة في مرحلة ما بين المجزرة وسيارة النقل إلى التلاجة الرئيسية.

◆ يلاحظ تقطيع اللحم من سماسة اللحم في داخل المجزرة والمساحات المخصصة للبنك دون أي رقابة أو مسألة من موظفين البنك.

◆ لوحظ من مقابلات أصحاب الحظائر في مجزرة البديلة أنهم يقدمون للحجاج أغنام هزيلة ومريضة دون مسألة من المشرفين على رقابة من أمانة العاصمة.

٣,٥ نتائج المستهلك (الحاج):

سنتناول من خلال الطرح هنا الاستثمارات التي وزعت قبل وبعد الحج والهدف هو التعرف على درجة تأثير تركيز البنك محليا في الدعاية والإعلان وأيضا معرفة مدى إلمام الحاج بالمشروع قبل دخوله المملكة العربية السعودية. نظرا لأن هناك اختلاف بين كون الحاج لا يعرف عن المشروع شئ ومع تواجده في السعودية ومعرفته لتتعرف إن كان هناك فرق أو لا يوجد فرق.

٣,٥,١ قبل الحج:

تم عمل الدراسة على عينة مكونة من ١٢٣٠ شخص من لحجاج منهم ١٧١ مقيم أي ما نسبته ١٣% من المقيمين بينما هنالك ١٠٥٣ قادم من خارج المملكة بنسبة تصل إلى ٧٩,٨% وامتنع عن الإجابة على هذا السؤال ٩٦ شخص ممن شملهم الاستبيان حسب الجدول رقم (٧٧).

وقد قام فريق العمل بتوزيع استمارات الاستبيان عليهم وتم جمع المعلومات من خلال الاستبيان كما تم قياس مدى معرفة الحاج بمشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي والأعمال التي يقوم بها وشرعيته من وجهة نظر الحاج. وكذلك نرى من الاستبيان أن معظم أفراد العينة الذي شملتهم الدراسة هم من الذكور بمعدل ٨٣% من العينة بينما هنالك ١٠% من العينة من الإناث حسب الجدول رقم: (٧٨).

ولقياس مستوى التعليم للأفراد لقياس الإدراك المعرفة لديهم وتحديد أسلوب الدعاية والإعلان ونشر الوعي. فمن خلال العينة التي شملتها الدراسة نجد اختلاف في مستوى التعليم لدى الأفراد ومن الجدول رقم (٧٩) يتضح أن ٦,١% من عينة الحاج مستوى تعليمهم بدرجة الدكتوراه أما من هم حاملين لدرجة الماجستير فتصل نسبتهم تصل إلى ١٢% من حجم العينة أما الجامعيين فنسبتهم تصل ٢٨,٦% من الحاج و٢٠,٨% من الأفراد حاصلين على الثانوية أما من مستواهم أقل من الإحصائي فتصل نسبتهم إلى ٢١,٤% من حجم العينة ولم يجب ما معدله ١١,١% من العينة.

وبالنسبة لوسائل النقل التي استخدمها الحجاج للوصول إلى الأراضي المقدسة يتضح لنا من الجدول رقم (٨٠) فترى أن معظم الحجاج قد قدموا إلى الأراضي المقدسة جواً وتصل نسبتهم ٧٣,١% من حجم الحجاج بينما ما نسبته ١٦,٩% قد وصلوا براً وأما عن طريق البحر فتصل نسبتهم إلى ٤,٢% من الحجاج وقد امتنع عن الإجابة ٥,٨% من حجم العينة.

ونلاحظ من الجدول رقم (٨١) أن جهات عمل الحجاج تختلف فنجد أن منسوبي القطاع الحكومي من أفراد العينة تصل نسبتهم إلى ٣٢,٧% من الحجاج أما القطاع الخاص فنجد أن نسبتهم تصل إلى ٣٠,١% من الأفراد أما ٢٩,٨% فيعملون لحسابهم الشخصي بينما نجد من الاستبيان أن ٧,٥% قد امتنعوا عن الإجابة.

ونلاحظ من الجدول رقم (٨٢) نجد أن نسبة كبيرة من أفراد العينة لم يقوموا بالحج قبل ذلك وتصل نسبتهم ٦١,٣% أما عن الذين قاموا بالحج قبل ذلك فمن الممكن تقسيمهم إلى فئات:

- ◆ ومن قاموا بالحج لمرة واحدة وتصل نسبته إلى ١٨,٣%.
- ◆ ومن أدوا الحج مرتين وتصل نسبتهم ٨,٨%.
- ◆ ومن أدوا فريضة الحج من ثلاث مرات إلى خمس مرات وتصل نسبتهم إلى ٤,١%.
- ◆ من قاموا بأداء الحج أكثر من خمس مرات فتصل نسبتهم إلى ٣,٤% من الحجاج.
- ◆ وقد امتنع عن الإجابة على هذا السؤال ٤,٢% من الحجاج.

بالنظر والجدول رقم (٤٧) ونجد أن أنواع الحج المحرم به ثلاثة أنواع وهي التمتع والأفراد والقران ونجد أن أكثر أنواع الحج المحرم به من قبل الحجاج هو التمتع وذلك بمعدل ٧٢,٢ % من الحجاج بينما نرى الأفراد كنوع من الحج يحرم به يأتي بعد ذلك ونسبته تصل إلى ١٢,٧ % من الحجاج ثم يأتي بعد ذلك ٨,٨ % من الحجاج محرمين للحج بالإقران ونلاحظ أن هناك نسبة ٤,٣ % من الحجاج لا يعلمون عن أنواع الحج بينما امتنع عن الإجابة ٢ % من الحجاج. أما بالنسبة لأنواع الذبائح فنجد أن منها الهدي والأضاحي أو الفدية أو الصدقة ومن الجدول رقم (٥١) نرى أن ما نسبته ٤٤,٢ % من الحجاج يمارسون في الحج الهدي ويمارس الفدية (يقوم بها) ٧,٥ % من الحجاج أفراد العينة ونرى أيضاً من الجدول أن ما نسبته ٤,٢ % من الحجاج يقومون بالصدقة أما من امتنع عن الإجابة فيعادل ٥,٤ % من حجم العينة المستهدفة في هذا البحث.

نلاحظ من الجدول رقم (٨٩) للربط بين أنواع الحج البدائل المتاحة للذبح أن الذين يملكون فكرة عن البدائل المتاحة أمامهم لعملية الذبح قليل وقد وجدنا التالي:

♦ أولاً المحرمين بالإفراد نجد هناك ٢,٦ % حاجاً كانت فكرتهم إيجابية في حين كان ٨ % حاجاً ليست لديهم أية معلومة أو فكرة عن البدائل المتاحة للذبح وامتنع عن الإجابة من هذه الفئة ٢,٤ % حاجاً.

♦ ثانياً: المحرمين بالقران: كان ١,١ % حاجاً أجابوا بنعم في حين كانت الإجابة السلبية من ٦,٨ % حاجاً وذلك بعدم معرفتهم بالبدائل المتاحة أمامهم للذبح ولم تكن هناك إجابة من ٠,٨ % حاجاً.

♦ ثالثاً: المحرمين بالتمتع: نجد أن نسبة كبيرة منهم لم تكن لديها أية فكرة عن البدائل المتاحة للذبح وتقدر بـ ١,١ % حاجاً في حين كانت إجابة ١٥,٢ % حاجاً بأنه توجد لديهم فكرة عن بدائل الذبح وأمتنع عن الإجابة من هذه الفئة ٥,٩ %.

♦ رابعا: أما المجموعة التي لا تعلم الحج الذي أحرمت به فكانت نسبة الحاج الذين يعرفون عن البدائل المتاحة للذبح قليلة جداً وبلغت ٠,٨% فردا في حين من قال بأنه ليست لديه أية فكرة ٢,٨% حاجاً ولم يجب منهم على هذا السؤال ٠,٨% حاجاً.

نستنتج من الجدول رقم: (٩٠) الذي يربط بين أنواع الحج ومكان شراء الذبيحة نجد ما يلي:

♦ المحرمين بالإفراد: أجاب ٢,٢% منهم بأنهم يشترون ذبائحهم من الباعة المتجولين و ٤,٨% حاجاً من المجزرة و ١,٩% حاجاً من مكان آخر دون تحديد وامتنع من هذه الفئة عن الإجابة ٣,٦% حاجاً.

♦ المحرمين بالقران: أفاد ٢,٢% حاجاً بأنهم يشترون ذبائحهم من الباعة المتجولين و الذين يشترون من المجزرة كان عددهم ٣,٨% حاجاً و ٠,٨% حاجاً من أماكن أخرى ولم يجب على هذا السؤال ٣,٦% حاجاً.

♦ بالنسبة للتمتع: يرى ١١,١% بأنهم سوف يشترون ذبائحهم من الباعة المتجولين و نسبة كبيرة منهم والبالغة ٣٤,٦% أفادت بأنها سوف تشتري من المجزرة و ١٠,٣% من أماكن أخرى وامتنع عن الإجابة من هذه الفئة ١٦,١% حاجاً.

♦ المجموعة التي لا تعلم نوع الحجم المحرمين به فقد قال ١,١% منهم بأنهم سوف يشترون من الباعة المتجولين و ٣,٦% منهم من المجزرة و ٠,٤% من أماكن أخرى ولم يجب من هذه المجموعة ١,٢% حاجاً.

ونجد في الجدول رقم: (٩١) والذي يقوم بالربط بين أنواع الحج وأماكن الذبح نجد ما يلي:

♦ المحرمين بالإفراد: أن ٣,٧% حاجاً منهم سوف يذبحون ذبيحتهم في إحدى الجازر الرسمية و قال ١,٣% حاجاً بالقرب من المخيم في حين أفاد ٣,٦% حاجاً بأنهم سوف يعملون توكيلاً للذبح وقال ١,٢% منهم بأنهم سوف يذبحون في مكان آخر وامتنع ٢,٩% حاجاً عن الإجابة.

♦ أما المحرمين بالقران: فأفاد ٢,٦% حاجاً منهم بأنهم سوف يذبحون في المجازر الرسمية وكان ١,٤% حاجاً قد قالوا بأنهم سوف يذبحون قرب المخيم وأجاب ١,٨% حاجاً بأنهم سوف يعملون توكيلاً و ٠,٧% حجاج حاجاً في مكان آخر و ٠,٢% حجاج لم يجيبوا على هذا السؤال.

♦ أما المحرمين بالتطوع: فكانت نسبة كبيرة منهم بلغت ٣٣,٧% حاجاً قد أجابت بأنهم سوف تذبح في المجازر الرسمية و ١٠,٨% حاجاً قرب المخيم ونسبة كبيرة منهم بلغت ٢١,١% قالت بأنهم سوف تعمل توكيلاً و ٢,٨% حاجاً قالوا في مكان آخر ولم يجب على ٣,٩% حاجاً على هذا السؤال.

♦ أما الفئة التي لم تحدد نوع الحج الذي تحرم به: فكانت إجابة ٣,٦% منهم بأنهم سوف يذبحون في المجزرة و ٠,٤% حجاج قرب المخيم و ١,١% حاجاً سوف يعملون توكيلاً و حاجان في مكان آخر ولم يجب ٠,٩% منهم على هذا السؤال.

معرفة البدائل المتاحة للذبح وشرائها:

٣,٥,١,٢

من الجدول رقم (٤٨) نستنتج أن هناك نسبة تبلغ ١٩,٧% من العينة الذين شملتهم الدراسة لا يعلمون عن البدائل الأخرى المتاحة للذبح بينما ٦٩,٧% من الحجاج لديهم فكرة عن البدائل المتاحة للذبح ولم يجب على هذا السؤال ٩,٦% ممن شملهم الاستبيان. نرى أن القيام بشراء الذبائح لا يقتصر على مكان محدد بل إلى عدة أماكن متفرقة منها المجازر المنتشرة أو الباعة المتجولون أو من مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي وغيرها.

والملاحظ أن معظم الحجاج يقومون بشراء ذبائحهم من المجازر ويتضح ذلك من خلال الجدول رقم (٤٩) حيث تصل نسبتهم إلى ٤٦,٩% من الحجاج بينما نجد أن الذين يقومون بشراء الذبائح من خلال الباعة المتجولون تصل نسبتهم إلى ١٧% من الحجاج بينما بلغ ما معدله ١٣,٤% من الحجاج يشترون من مصادر أخرى وقد امتنع عن الإجابة ٢٢,٧% من حجم العينة المستهدفة في هذا البحث الميداني.

نتطرق بعد ذلك في هذا البحث إلى عملية شراء الذبائح فنجد أن لها مصادر مختلفة ومن الجدول رقم (٥٢) يتضح لنا طرق شراء الذبائح وهي كما يلي:

- ◆ هناك ما نسبته ٣٥,٢ % من الحجاج يقومون بشراء الذبائح شخصياً.
- ◆ ونسبة ١٨,٤ % من الحجاج يشترون بواسطة رئيس البعثة.
- ◆ ويقوم ٦,٧ % بشراء الذبائح بواسطة قريب.
- ◆ ويصل من يشترون بواسطة المطوفين ما يقارب ١٢,٣ %.
- ◆ ونرى أن الذي يتعاملون مع مشروع الإفادة تصل نسبتهم إلى ٩,٥ % من الحجاج.
- ◆ ونجد أن معدل ١,٤ % من الحجاج يقومون بالشراء بواسطة حاج آخر
- و ١,٢ % يقومون بالشراء بواسطة أشخاص آخرين غير الحجاج.
- ◆ الذين لم يجيبوا على السؤال ٥,٣ % من الحجاج.

أماكن ذبح الذبائح وكيفية التخلص من بقايا الذبيحة

٣,٥,١,٣

نظراً للمساحة الكبيرة التي ينتشر فيها عامة الحجاج في الأراضي المقدسة وذلك للتخيم وممارسة مناسك الحج مما يؤدي ذلك إلى تعدد واختلاف أماكن ذبح المناسك من هدي وأضاحي بالنظر إلى الجدول رقم (٥٠) وجدنا ما يلي:

وأكبر عدد من الحجاج يقوموا بذبح نسكهم في الجازر الرسمية وتصل نسبتهم إلى ٤٥,٦ % من حجم العينة بينما يصل من يقومون بتوكيل جهات أو أشخاص بالذبح نيابة عنهم ما نسبته ٢٧,٧ % من الأفراد أما ما نسبته ١٣,٩ % من الحجاج فيقومون بالذبح بالقرب من المخيم ونسبة أخرى تصل إلى ٦,٨ % من الحجاج يعتمدون على أماكن للذبح وقد امتنع عن الإجابة ما يعادل ٨ % من حجم العينة. وبالنظر إلى الجدول رقم (٥٩) نستنتج كيفية القيام بالتخلص من بقايا الذبيحة فنجد أن ٥٧,١ % من الحجاج يقومون بالتخلص من نفايات الذبيحة عن طريق الجزار في المسلخ أما ٢٣ % فيقومون بإلقائها في مكان الذبح وقد امتنع عن الإجابة ١٩,٨ % من حجم العينة.

- ◆ ونسبة ١٨,٤ % من الحجاج يشتررون بواسطة رئيس البعثة.
- ◆ ويقوم ٦,٧ % بشراء الذبائح بواسطة قريب.
- ◆ ويصل من يشتررون بواسطة المطوفين ما يقارب ١٢,٣ %.
- ◆ ونرى أن الذي يتعاملون مع مشروع الإفادة تصل نسبتهم إلى ٩,٥ % من الحجاج.
- ◆ ونجد أن معدل ١,٤ % من الحجاج يقومون بالشراء بواسطة حاج آخر و ١,٢ % يقومون بالشراء بواسطة أشخاص آخرين غير الحجاج.
- ◆ الذين لم يجيبوا على السؤال ٥,٣ % من الحجاج.

٣,٥,١,٣ أماكن ذبح الذبائح وكيفية التخلص من بقايا الذبيحة

نظراً للمساحة الكبيرة التي ينتشر فيها عامة الحجاج في الأراضي المقدسة وذلك للتخميم وممارسة مناسك الحج مما يؤدي ذلك إلى تعدد واختلاف أماكن ذبح المناسك من هدي وأضاحي بالنظر إلى الجدول رقم (٥٠) وجدنا ما يلي:

وأكبر عدد من الحجاج يقوموا بذبح نسكهم في الجازر الرسمية وتصل نسبتهم إلى ٤٥,٦ % من حجم العينة بينما يصل من يقومون بتوكيل جهات أو أشخاص بالذبح نيابة عنهم ما نسبته ٢٧,٧ % من الأفراد أما ما نسبته ١٣,٩ % من الحجاج فيقومون بالذبح بالقرب من المخيم ونسبة أخرى تصل إلى ٦,٨ % من الحجاج يعتمدون على أماكن للذبح وقد امتنع عن الإجابة ما يعادل ٨ % من حجم العينة. وبالنظر إلى الجدول رقم (٥٩) نستنتج كيفية القيام بالتخلص من بقايا الذبيحة فنجد أن ٥٧,١ % من الحجاج يقومون بالتخلص من نفايات الذبيحة عن طريق الجزار في المسلخ أما ٢٣ % فيقومون بإلقائها في مكان الذبح وقد امتنع عن الإجابة ١٩,٨ % من حجم العينة.

٣,٥,١,٤ نظرة حول مشروع المملكة للإفادة من الهدى:

ونتناول من خلال العرض التالي وجهات نظر الحجاج حول المشروع ومدى تقييمهم للدور الذي يقوم به والفائدة التي يستفيد منها المسلمون منه.

٣,٥,١,٤,١ المعرفة بوجود المشروع:

ركز الاستبيان الموجه للحجاج وذلك قبل قيامهم بأداء مناسك الحج على قياس مدى معرفة الحجاج بوجود مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدى والأضاحي فيتضح من الجدول رقم (٥٣) إلى أن نسبة ٥٢,٥ % من الحجاج لديهم فكرة أو معلومات عن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدى والأضاحي بينما تصل نسبة الذين ليست لديهم أية فكرة عن المشروع ما نسبته ٤٣,٦ % من الحجاج وقد امتنع عن الإجابة ٣,٩ % من أفراد العينة وطبقاً لقياس معرفة الحجاج بوجود المشروع نجد أن هنالك طرق قد علموا من خلالها بوجود المشروع ومنها الجرائد أو بواسطة المطوفين أو رؤساء البعثات أو غيرها من وسائل. ونلاحظ ذلك من خلال الجدول رقم (٥٤) فنرى ما يلي:

فهناك ما نسبته ١٤,٨ % من الحجاج يعلمون بوجود المشروع وذلك عن طريق الجرائد. أما من علموا بوجود المشروع بواسطة المطوف فتصل نسبتهم إلى ١١,٦ % من الحجاج. وكذلك هنالك ما نسبته ١٠,١ % من الحجاج لديهم فكرة عن المشروع وذلك عن طريق المطويات. أما بواسطة قريب للحاج سبق له الحج فتصل النسبة إلى ٨,٩ %. أما من عرف بالمشروع عن طريق حاج آخر ٧,٩ % ومن يعرفون ذلك عن طريق بعث الحج ٧ %. أما من عرف بطرق أخرى فتصل نسبتهم إلى ٠,٩ % من الحجاج. ونلاحظ أن كثيراً من أفراد العينة قد امتنعوا عن الإجابة وتصل نسبتهم إلى ٣٨,٩ % من أفراد العينة المستهدفين في هذا البحث. ونستنتج من السؤال السابق أن وسائل الإعلان لها الدور الرئيسي في انتشار معرفة الحجاج بالمشروع سواء عن طريق الصحف في بلادهم أو المطوفين أو رؤساء البعثات.

نستنتج من الجدول رقم: (٩٢) والذي يربط بين أنواع الحج ومعرفة الحجاج بأن مشروع المملكة يتولى ذبح النسك نيابة عن الحاج. وكانت كالتالي:

♦ أولاً: بالنسبة للمحرمين بالإفراد: نجد أن ٣,٩% حاجاً يعلمون بوجود المشروع وأنه يتولى ذبح النسك نيابة عن الحجاج في حين قال ٦,٧% حاجاً بعدم معرفتهم ذلك ولم يجب ٢,١% حاجاً على هذا السؤال.

♦ ثانياً: المحرمين بالقران: فنجد أن ٣,٣% حاجاً منهم يعلمون بأن المشروع يتولى الذبح نيابة عن الحاج وأفاد ٣,٦% حاجاً قالوا بأنهم لا يعلمون بأن المشروع يقوم بالذبح نيابة عن الحجاج وامتنع عن الإجابة ١,٩% حاجاً.

♦ ثالثاً: المحرمين بالتمتع نجد أن ٢٧,٤% حاجاً يعلمون بأن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي يتولى ذبح النسك عن الحجاج في حين قال ٣٢,٨% حاجاً وهي نسبة كبيرة جداً بأنهم لا يعلمون ذلك ونسبة كبيرة بلغت ١٢,٠% لم تجب على هذا السؤال.

♦ رابعاً: أما الذين لا يعلمون نوع حجهم: فقد كانت إجابة ٢,٧% حاجاً بمعرفة أن المشروع يتولى الذبح وإجابة ٢,٣ حاجاً بعكس ذلك ولم يجب ١,٢% حاجاً على هذا السؤال.

٣,٥,١,٤,٢ المعرفة بأعمال المشروع وشرعية أعماله :

أولاً: نلاحظ من الجدول رقم (٥٥) أن هنالك نسبة كبيرة من أفراد العينة من الحجاج تصل نسبتهم إلى ٥٥,٥% من الحجاج يدركون بأن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي يقوم باختيار الذبائح طبقاً للمواصفات الشرعية التي حددتها الجهات الشرعية المختصة بينما من يرون عكس ذلك فتصل نسبتهم إلى ١٧,١% من الحجاج. كذلك نجد أن ٢٧,٣% من أفراد العينة قد امتنعوا عن الإجابة.

ثانياً: بالنسبة لتولي المشروع ذبح النسك نيابة عن الحاج فنلاحظ من الجدول رقم: (٥٦) إلى أن ٤٥,٤% من الحاج لا يعلمون بجواز توكيل المشروع بالذبح بالنيابة عن الحاج بينما من يعلمون بهذه الفتوة فتصل نسبته إلى ٣٧,٤% من حجم العينة. ومن الجدول رقم: (٩٣) والذي يربط بين أنواع الحج ومن يقوم بالذبح في حالة عدم معرفة أن مشروع المملكة يتولى الذبح نيابة عن الحاج وقد كانت الإجابة كالتالي:

- ◆ بالنسبة للمحرمين بالإفراد: نجد أن ٢,٧% حاجاً قالوا بأنه سوف يقوم بالذبح شخص متخصص وأجاب ١,٨% بأن شخص آخر سوف يتولى الذبح نيابة عنهم.
- ◆ أما للمحرمين بالقران: فنجد أن ٣,٥% منهم سوف يعطون مهم الذبح لجزار متخصص في حين أن ١,٢% منهم سوف يقوم شخص آخر بالذبح.
- ◆ المحرمين بالتمتع: أجاب نسبة كبيرة منهم ٢٣,٣% حاجاً بأن سوف يولون مهمة الذبح لجزار متخصص في حين أن ١٣,٦% حاجاً قالوا بأن شخص آخر سوف يتولى عملية الذبح نيابة عنهم.
- ◆ وقال الذين لا يعلمون نوع حجهم بأن جزاراً متخصصاً سوف يقوم بالذبح بنسبة ٣,٣% وقال ٠,٥% حاجاً بأن شخص آخر سوف يتولى المهمة.

٣,٥,١,٤,٣ تفضيل التعامل مع المشروع من عدمه وأسباب ذلك:

نلاحظ من الجدول رقم (٦٠) من ناحية تفضيل الحاج بالتعامل مع المشروع أن ما نسبته ٥١% من أفراد العينة يفضلون التعامل مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي بينما ٢٠,٢% من الحاج لا يفضلون التعامل مع المشروع ولم يجب على هذا السؤال ٢٨,٩% ممن شملهم الاستبيان. أما عن الأسباب التي أدت إلى تفضيل التعامل مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي فمن الجدول رقم (٦١) يتضح لنا ما يلي:

- ◆ هناك فئة من الحاج تصل نسبتها إلى ٢٥% يرون أن من أهم أسباب تفضيلهم التعامل مع المشروع هو سهولة الحصول على قسائم الذبح.

- ◆ وترى نسبة ١٠,٥ % من الحجاج أنها مقتنعة بالمزايا التي يحصلون عليها من المشروع.
- ◆ وترى نسبة ٩,٤ % من الحجاج بأنها تفضل المشروع بسبب توصية من الأصدقاء والزملاء.
- ◆ كذلك إن عدم التمكن من التصرف في كامل الذبيحة أدى إلى تفضيل ٨,٦ % من الحجاج في التعامل مع المشروع.
- ◆ الحرص على نظافة الأماكن المقدسة دفعت ما نسبته ٤,٣ % من الحجاج إلى التعامل مع المشروع
- ◆ بينما يرى ٣,٨ % من الحجاج أن الفتوى الشرعية التي صدرت للمشروع كانت السبب وراء تفضيل التعامل معه.
- ◆ وقد امتنع ٣٨,٤ % من الحجاج الذين شملهم الاستبيان الإجابة على السؤال السابق.

أما بالنسبة للأسباب التي أدت إلى عدم تفضيل الذبح من خلال مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي فحسب الجدول رقم (٦٢) فنجد أن أهم سبب في عدم التعامل مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي هو عدم علمهم بوجود المشروع وتصل نسبتهم إلى ١٥,٧ % من الحجاج بينما من يشتكون من ارتفاع أسعار الذبائح في المشروع تصل نسبتهم إلى ٩,٢ % كذلك نجد أن عدم المعرفة بمزايا المشروع من الأسباب التي أدت إلى عدم تفضيل التعامل معه وتصل نسبتهم إلى ٩ % من الحجاج . نجد أيضاً أن ما نسبته ٦,٩ % من الحجاج يفضلون توزيع ذبائحهم بأنفسهم كذلك عدم الاقتناع بفعالية المشروع حيث نجد أن نسبة ٦,٥ % من الحجاج تعتقد بذلك. أما ما نسبته ٦,٨ % من الحجاج فيجدون صعوبة للوصول إلى مراكز التوزيع بسبب الازدحام كذلك من الأسباب الأخرى تأثير الأصدقاء ١,١ % ونرى أن ما نسبته ٠,٥ % من الحجاج غير مقتنعين بتوكيل

المشروع وأخيراً هناك فئة كبيرة تصل نسبتها إلى ٤٤,٣% من أفراد العينة قد امتنعوا عن الإجابة.

و يبين لنا الجدول رقم: (٩٩) والذي يقوم بالربط بين أنواع الحج وأسباب التفضيل للذبح من خلال المشروع:

♦ المحرمين بالإنفراد: إن من أهم أسباب تفضيل الذبح من خلال المشروع بالنسبة لهم هو سهولة الحصول على قسائم الذبح حيث ترى نسبة ٢,٠% حاجاً ذلك ويرى ١,٢% حاجاً بأن توصية أصدقائهم كانت السبب المباشر للذبح من خلال المشروع ويرى ٠,٨% حاجاً بأنهم مقتنعون بمزايا المشروع و ٠,٣% من الحاجاج يرون أن ذبحهم من خلال المشروع هو حرصاً على نظافة الأماكن المقدسة ويرى ٠,٤% حاجاً بأنهم يختارون المشروع خوفاً من عدم تمكنهم من التصرف في الذبيحة بشكل كامل و نجد أن ٠,١% حاجاً يرون بسبب الفتوى الشرعية ولم يجب ٣,٢% حاجاً على هذا السؤال:

♦ المحرمين بالقران: فيرى ٠,١% حاجاً منهم أن سهولة الحصول على القسائم قادتهم للذبح من خلال المشروع وأخبر ٠,٣% حاجاً بأن أصدقائهم وزملائهم أشاروا عليهم بالذبح من خلال المشروع في حين يرى ٠,٥% حاجاً بأن اقتناعهم كان هو سبب اختيارهم للذبح عن طريق المشروع ونرى أن الحرص على نظافة الأماكن المقدسة كان هو سبب اختيار ٠,٢% حاجاً للذبح من خلال المشروع وبسبب الخوف من عدم التمكن من التصرف في كامل الذبيحة اختار ٠,٢% حاجاً الذبح من خلال المشروع ونرى أن ٠,١% حاجاً اقتنعوا بالمشروع بسبب الفتوى الشرعية وامتنع عن الإجابة ٢,٠% حاجاً.

♦ المحرمين بالتمتع: أن سهولة الحصول على القسائم كان هو السبب المباشر لاختيارهم للذبح من خلال المشروع ١٧,١% حاجاً في حين يرى ٨,٩% حاجاً بأن سبب اختيارهم هو توصية أصدقائهم وزملائهم بالذبح من خلال المشروع وقال ٨,٩% حاجاً بأنهم مقتنعون بمزايا المشروع. في حين أن ٣,٥% حاج بأن حرصهم على

نظافة الأماكن المقدسة هو الذي قادهم للذبح من خلال المشروع ويرى ٥,١% حاجاً بأن عدم التصرف في كامل الذبيحة هو الذي قادهم للذبح من خلال المشروع ويرى ٢,٢% حاجاً بأن الفتوى الشرعية كانت هي السبب في اختيارهم للذبح من خلال المشروع في حين لم يجب على هذا السؤال ٣٧,٩% حاجاً وهي نسبة كبيرة جداً.

◆ الفئة التي لا تعلم نوع إحرامها: ٠,٢% حاج يرون أن سهولة الحصول على القسائم قادتهم للذبح من خلال المشروع و ٠,٢% بسبب الأصدقاء و ٠,٥% الاقتناع بمزايا المشروع و ٠,٣% حرصاً على نظافة المشاعر المقدسة و ٠,٢% بسبب عدم التمكن من التصرف في كامل الذبيحة و ٠,٣% بسبب الفتوى الشرعية و ١,٨% لم يجيبوا على هذا السؤال.

يوضح الجدول رقم: (١٠٠) والذي يربط بين أنواع الحج وأسباب عدم تفضيل عدم الذبح من خلال المشروع:

◆ المحرمين بالافراد: يرى ٢,٣% حاجاً بأن سبب عدم الذبح من خلال المشروع هو عدم علمهم بوجوده في حين يرى ١,١% حاجاً أن السبب كان لعدم معرفتهم بمزايا المشروع و ٠,٥% حاج يرون أن الأسعار مرتفعة و ٠,٨% حاجاً يؤكدون بعدم اقتناعهم بفعالية المشروع ويقول ٠,٥% حاج بأنهم يفضلون توزيع ذبيحتهم بأنفسهم ويرى حاجاً واحد بأنه غير مقتنع بشرعية توكيل المشروع و ٠,٤% حاج تأثروا بسلوك أصدقائهم وزملائهم ويرى ١,١% حاجاً أن صعوبة الوصول إلى مراكز التوزيع هي سبب عدم تفضيلهم الذبح من خلال المشروع ولم يجب على هذا السؤال ٦,١% حاجاً.

◆ المحرمين بالقران: يرى ٢,٠% حاجاً بأن عدم علمهم بالمشروع هو سبب عدم تفضيلهم الذبح من خلاله ويرى ٠,٢% حاج أنهم لا يعرفون مزايا المشروع ويرى ٠,٧% حاجاً بأن ارتفاع الأسعار هو الذي أجبرهم على عدم الذبح من خلال المشروع ويرى ٠,٧% حاج بأنهم غير مقتنعين بفعالية المشروع ويفضل ٠,٩% حاجاً الذبح بنفسه ويرى حاج واحد بأنه غير مقتنع بشرعية توكيل المشروع و نجد ٠,٣% حاج متأثرون بسلوك زملائهم ويرى ١,١% حاجاً أن مراكز التوزيع

يصعب الوصول إليها لذلك لا يفضلون الذبح من خلال المشروع وامتنع عن الإجابة ٣,٨% حاجاً.

◆ المحرمين بالتمتع: يرى ١٠,٠% حاجاً بأن عدم تفضيلهم الذبح من خلال المشروع يعود إلى عدم علمهم بوجوده من قبل أو عدم معرفتهم بمزايا المشروع ٧,٢% حاجاً أو بسبب ارتفاع الأسعار كما يرى ٧,٦% حاج أو عدم الاقتناع بفعالية المشروع ٤,٨% ومنهم من يفضل الذبح بنفسه ٤,٨% حاجاً وهناك ٤% حاج غير مقتنعين بشرعية التوكيل للمشروع و ٠,٤% حاج متأثرون بسلوك زملائهم ٤,٥% حاجاً يرون بأن الوصول إلى مراكز التوزيع صعب جداً. وهناك نسبة كبيرة جداً تصل إلى ٣٠,٨% حاج امتنعت عن الإجابة على هذا السؤال.

الفئة التي لا تعلم بمزايا المشروع: ٠,٦% حاج لا يعلمون المشروع من قبل و ٠,٤% حاج لا يعرفون مزايا المشروع ٠,٢% حاج يعتقدون بأن الأسعار مرتفعة وحاجان غير مقتنعان بفعالية المشروع. ويفضل ٠,٥% حاج منهم الذبح بنفسه ولم يجب على هذا السؤال ٣,٧% حاجاً.

٣,٥,١,٤,٤ سعر الذبائح في المشروع مقارنة بغيرها:

إن من أهم العوامل التي تؤثر في التعامل مع المشروع هو أسعار الذبيحة مقارنة بالبدائل الأخرى كالمجازر أو الباعة المتجولون وغير ذلك. ومن الجدول رقم (٦٣) يتضح لنا التالي: أن هناك نسبة كبيرة تصل إلى ٢١,٦% من أفراد العينة من الحجاج يرون إلى أن أسعار مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي أعلى من البدائل الأخرى. أما من يرون أن أسعار مشروع المملكة متقارب مع البدائل الأخرى فتصل نسبتهم إلى ١٤,٨% من حجم العينة. أما ما نسبته ٥,١% من الأفراد يرون أن أسعار المشروع أقل مقارنة بالبدائل الأخرى. بينما هناك ما نسبته ٢٣,١% من حجم العينة ليس لديهم فكرة عن الأسعار. وامتنع عن الإجابة ما نسبته ٣٥,٤% من الحجاج الذين شملهم الاستبيان.

٣,٥,١,٤,٥ الإشراف من قبل الحكومة:

نرى من خلال الجدول رقم (٦٥) بالنسبة للذين لديهم معرفة بأن حكومة المملكة العربية السعودية تشرف على مشروع الإفادة من الهدي والأضاحي من خلال البنك الإسلامي حيث تصل نسبتهم إلى ٣٩% من الحجاج أما من يعتقد بأن المشروع لا تشرف عليه الحكومية تصل نسبتهم إلى ١٣,٣% وقد امتنع عن الإجابة نسبة كبيرة من الحجاج ٤٧,٧%.

٣,٥,١,٤,٦ إجازة توكيل المشروع من قبل هيئة شرعية:

نلاحظ من الجدول رقم (٦٧) أن من أجابوا بمعرفتهم بأن هناك هيئة شرعية متخصصة أجازت توكيل الحاج لمشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي فتصل نسبتهم إلى ٥١,٥% أي حين أن من أجاب بعدم معرفة ذلك فتصل نسبتهم إلى ٢,٩% في حين لم يجب على ذلك ٤٤,٥% من الحجاج الذين شملهم الاستبيان.

٣,٥,١,٤,٧ اختيار الذبائح وتذكيتهما طبقاً للمواصفات الشرعية والقيام بنقلها:

نلاحظ من الجدول رقم (٧٢) أن هناك نسبة ٤٣,٢% من الأفراد يدركون أن الذبيحة تذكى من مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي طبقاً للمواصفات الشرعية أما ما نسبته ١٢,٤% من حجم العينة لا يرون إلى أن الذبيحة تذكى في مشروع المملكة طبقاً للمواصفات الشرعية ولم تجب مجموعة تصل إلى ٤٤,٤% على هذا السؤال.

ونرى في الجدول رقم (٧٠) بالنسبة لعملية نقل الذبائح أن من أجابوا بنعم نسبتهم تصل إلى ٤٧,٣% من حجم العينة بينما من أجابوا بلا تصل نسبتهم إلى ٧,٩% والبقية امتنعوا عن الإجابة وتصل نسبتهم إلى حوالي ٤٤,٨% من مجموعة الحجاج الذين شملهم الاستبيان.

٣,٥,١,٤,٨ عملية شراء الذبائح وتأمين الجزارين من قبل المشروع:

هناك مصادر خارجية يتم الاعتماد في توفير الذبائح للحجاج في موسم الحج وذلك لتغطية الطلب الكبير عليها ونلاحظ من الجدول رقم (٦٩) أن نسبة كبيرة من الحجاج ٥١% يرون أن المشروع يقوم بشراء الذبائح مباشرة من مصادرها الخارجية بينما يرى ٣,٦% منهم بأن المشروع لا يقوم بالشراء المباشر وقد امتنع عن الإجابة حوالي ٤٥,١% من أفراد العينة الذين شملهم الاستبيان.

أما عن إشراف مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي مباشرة على عملية نقل الذبائح بحيث لا يعتمدون على جهات نقل أخرى. فنجد أن ٤٧,١% من حجم العينة يرون أن المشروع يقوم بالإشراف مباشرة على عملية نقل الذبائح بينما يرى ٧,٩% منهم عكس ذلك كذلك أن ما نسبته ٤٤,٨% لم يجيبوا على هذا السؤال. وذلك حسب الجدول رقم (٧٠)

إن توفير الجزارين المتخصصين لعمليات ذبح النسك شيء مهم وضروري يقوم بتوفير المشروع وذلك لتقديم الخدمات للحجاج.

ويدرك ذلك الشيء معظم الحجاج حيث نلاحظ من الجدول رقم (٧١) أن ما نسبته ٤٧,٣% من الحجاج يدركون بأن المشروع يوفر جزارين متخصصين بينما نجد أن نسبة ٨% من الحجاج يرون أن المشروع لا يقوم بتوفير جزارين متخصصين في عملية ذبح النسك. وقد امتنع ٤٤,٧% من الحجاج ممن شملهم الاستبيان عن الإجابة.

٣,٥,١,٤,٩ تنظيم الذبائح والتخلص من النفايات من قبل المشروع

إن حكومة المملكة العربية السعودية تكون حريصة دائماً على صحة الحجاج وتوفير الأجواء الصحية لهم حتى يتمكنوا من أداء مناسك الحج وتتم كثيراً بالتخلص من القاذورات والنفايات القائمة من الذبائح ومشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي يقوم بذلك على أكمل وجه.

ونرى آراء من شملهم الاستبيان حول هذا الموضوع ففي الجدول رقم (٧٣) حيث يرى ٥٣,٦% من الحجاج أن المشروع يحقق لهم تنظيم عملية الذبح والتخلص من النفايات في حين يرى ١٣,٩% من الحجاج عكس ذلك تماماً ولم يجب على هذا السؤال نسبة تصل إلى ٤٣,٨% من حجم العينة.

ونلاحظ م الجدول رقم (٧٤) أن ما نسبته ٥٣,٢% من حجم العينة يرون أن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي يقوم بتوزيع الذبائح على فقراء الحرم بشكل ممتاز في حين يرى ٢,٧% من الحجاج عكس ذلك وتقدر النسبة التي لم تجب على هذا السؤال ٤٤,١% من الحجاج.

كذلك نجد أيضاً أن المشروع يقوم بنقل ما يفيض عن حاجة فقراء الحرم إلى الدول الإسلامية وتوزيعها على الفقراء. فهناك ما نسبته ٤٧,٥% من الحجاج يدركون هذا الشيء بينما هناك نسبة ٢,٥% من حجم العينة يرون عكس ذلك هو أن المشروع لا يقوم بنقل الفائض إلى الدول الإسلامية وتوزيعها على الفقراء وأخيراً نلاحظ أن من امتنعوا عن الإجابة ما نسبته ٤٩,٦% من حجم العينة وذلك موضح في الجدول رقم (٧٥).

لقد تم القيام بعمل هذه الدراسة على ٢٣٢٧ شخص من الحجاج منهم ١٨٢٤ من غير المقيمين ما نسبته ٧٨,٤% بينما هناك نسبة ٧,١٢% من المقيمين في المملكة بينما لم يجب ما نسبته ٨,٩% من الأفراد المستهدفين بهذا البحث الجدول رقم (٧٧) وقد تم توزيع استمارات الاستبيان عليهم وتم جمع المعلومات.

هذا ونرى أن معظم أفراد العينة من الذكور بمعدل ٨٤,٢% من العينة بينما هناك ٩,٢% من العينة إناث الجدول رقم (٧٨) ونرى أيضاً من خلال عينة الحجاج الذين تمت الدراسة عليهم بأن مستوى التعليم لديهم مختلف وبالنظر إلى الجدول رقم (٧٩) نرى ما يلي:

هنالك ما نسبته ٧,٩% من العينة مستوى تعليمهم إلى الدكتوراه و١٤% منهم من حاملي الماجستير بينما ٢٤,٨% في المستوى الجامعي أما أقل من ذلك فتصل نسبتهم إلى ٥٤% من حجم العينة.

أما بالنسبة لوسائل النقل للقدوم إلى الأراضي المقدسة فنجد تقسيمها إلى ثلاث أنواع جواً وبراً وبحراً ومن الجدول رقم (٨٠) نجد أن معظم الأفراد الذين شملهم الاستبيان قد استخدموا وسائل النقل الجوي وذلك بمعدل ٨٥,١% من حجم العينة بينما ما نسبته ٨,٦% من حجم العينة استخدموا وسائل النقل البري وأخيراً نجد أن القلة قد استخدموا وسائل النقل البحري بنسبة تصل إلى ٠,٩% ولم يحدد ٥,٤% من العينة وسيلة القدوم.

بالنسبة لجهة العمل لكل شخص قام بالإجابة على الاستبيان نستنتجها من الجدول رقم: (٨١) وهي كما يلي في القطاع الحكومي بنسبة تصل إلى ٣٢,٤% وفي القطاع الخاص ٣٢,٨% لصالح الشخص في القطاع الخاص ٢٦,٦% ولم يحدد ٨,٢% الجهة التي يعمل بها.

كذلك نتطرق إلى سؤال مهم جداً بحيث من الممكن لنا عند المعرفة السابقة للحجاج عن الخدمات وظروف الحج من عدمها وبالنظر إلى الجدول رقم (٨٢) نلاحظ من الجدول أن الذين لم يقوموا بالحج سابقاً فيصل عددهم إلى معدل كبير وهو ٥٥% من حجم العينة بينما ٢٥,١% من حجم العينة حجوا مرة واحدة فقط قبل ذلك. أما الذين حجوا لمرتين فتصل نسبتهم إلى ٨,٦% من حجم العينة أما من حج منهم من ثلاث إلى خمس مرات

فتقل نسبتهم ويصلون إلى معدل ٤,٨% من حجم العينة أما أكثر من خمس مرات فنجدهم ٣,٢% بينما أمتنع عن الإجابة على هذا السؤال ٣,٣% ممن شملتهم العينة.

٣,٥,٢,١ أنواع الحج المحرم به وأنواع الذبائح التي ذبحت:

كما نعلم أن هناك ثلاثة أنواع للحج المحرم به وهي الأفراد والقران والتمتع (فالأفراد هو القيام بالإحرام بالحج فقط أما القران فهو القيام بالإحرام للحج والعمرة جميعاً أما التمتع فهو أن يحرم العمرة

نجد أن أكثر أنواع الحج شيوعاً في أوساط الحجاج هو التمتع وذلك بنسبة ٨٣,٦% من العينة بينما ٨,٥% من الحجاج منفردين ٣,٣% منهم لا يعرفون أنواع الحج والمسميات جدول رقم: (٤٧).

أما بالنسبة لأنواع الذبائح فنجد أن منها الهدي أو الأضاحي أو الفدية أو الصدقة ومن الجدول رقم (٥١) نلاحظ أن ما نسبته ٦١,٢% من العينة من الحجاج يذبحون الهدي بينما ما نسبته ٢٦,٣% من العينة يذبحون الأضحية بينما ذبائح الفدية والصدقة تكون نسبتها ٦,٢% بينما نلاحظ أن ما نسبته ٧,٣% من العينة لم يقوموا بالإجابة. نلاحظ من الجدول رقم (٩٤) للربط بين أنواع الحج البدائل المتاحة للذبح أن الذين يملكون فكرة عن البدائل المتاحة أمامهم لعملية الذبح قليل وقد وجدنا التالي:

♦ أولاً المحرمين بالأفراد نجد هناك ٣,٤% كانت فكرتهم إيجابية في حين كان ٤,٥% حاجاً ليست لديهم أية معلومة أو فكرة عن البدائل المتاحة للذبح وامتنع عن الإجابة من هذه الفئة ٠,٦% حاجاً.

♦ ثانياً: المحرمين بالقران: كان ١,٥% حاجاً أجابوا بنعم في حين كانت الإجابة السلبية من ٥٨% حاجاً وذلك بعدم معرفتهم بالبدائل المتاحة أمامهم للذبح ولم تكن هناك إجابة من ٠,٣% حاجاً.

♦ ثالثاً: المحرمين بالتمتع: نجد أن نسبة كبيرة منهم لم تكن لديها أية فكرة عن البدائل المتاحة للذبح وتقدر بـ ٥٥,٠% حاجاً في حين كانت إجابة ٢٢,٢% حاجاً بأنه توجد لديهم فكرة عن بدائل الذبح وأمتنع عن الإجابة من هذه الفئة ٦,١%.

◆ رابعاً: أما المجموعة التي لا تعلم الحج الذي أحرمت به فكانت نسبة الحاج الذين يعرفون عن البدائل المتاحة للذبح قليلة جداً وبلغت ١,٠% أفراد في حين من قال بأنه ليست لديه أية فكرة ٢,١% حاجاً ولم يجب منهم على هذا السؤال ٠,٩% حاجاً.

٣,٥,٢,٢ معرفة البدائل المتاحة للذبح

نجد أن هناك نسبة كبيرة من العينة من الحاج الذين شملتهم الدراسة لا يعرفون أو ليست لديهم فكرة عن البدائل المتاحة للذبح فمن الجدول رقم (٤٨) نجد أن ما نسبته ٦٤,١% من العينة لا يعرفون عن بدائل الذبح شيئاً بينما ما نسبته ٢٨,١% من العينة من الحاج لديهم فكرة أو معلومات عن البدائل المتاحة للذبح في حين أن ما نسبته ٧,٩% لم يجيبوا.

٣,٥,٢,٣ عملية شراء الذبائح وأماكن ذبحها:

يقوم الحاج بشراء الذبائح من أماكن متعددة كالباعة المتجولين أو من المجزرة أو من خلال مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي (البنك الإسلامي للتنمية) أو يتم الشراء من خلال جهات مختصة أخرى لبيع الذبائح.

ويتضح من الجدول رقم (٤٩) إلى أن أكثر أو معظم الحاج يقومون بشراء الذبائح من خلال المجزرة حيث نرى أن النسبة تصل إلى ٥٥,٣% من عينة الحاج بينما هناك نسبة ١٠,٨% من الحاج يقومون بالشراء من الباعة المتجولين أما ما نسبته ١٥,٩% من الحاج يقومون بشراء الذبائح من مصادر أخرى (الكوبونات - المشروع - بنك الراجحي) وقد امتنع عن الإجابة ٧,٩% من العينة عن الإجابة.

وعن عملية شراء الذبائح فنجد أن لها مصادر مختلفة ممكن أن نذكرها وهي إما أن يقوم الحاج بالشراء شخصياً أو بواسطة قريب أو بواسطة المطوف أو رئيس البعثة إذا كان الحاج من ضمن بعثة الحج أو من خلال مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي أو بواسطة حاج أو شخص آخر.

ونرى من الجدول رقم (٥٢) والذي يوضح النسبة المئوية للعينة التي تمت عليها الدراسة حيث نجد ما يلي:

ما نسبته ٢٨,٧% من حجم العينة من الحجاج يقومون بشراء الذبائح شخصياً بينما هناك نسبة ١٦,٨% من الحجاج يفوضون قريباً لهم بالشراء أو بواسطة مشروع الهدى والأضاحي. ونجد أيضاً أن ما نسبته ١٢,٥% من حجم العينة من الحجاج يفوضون رئيس البعثة الحجية والتي يكونون من ضمنها وذلك بشراء الذبيحة أو الأضحية. أم ما نسبته ٧,٤% من الحجاج فيقومون بشراء الذبائح من خلال المطوف. كذلك ٥,١% من العينة من الحجاج يفوضون حاج آخر للشراء كذلك ما نسبته ٤,٥% من الحجاج يفوضون أشخاصاً آخرين. بينما نلاحظ من الجدول أن ١١,٨% من حجم العينة قد امتنعوا عن الإجابة.

نستنتج من الجدول رقم: (٩٥) الذي يربط بين أنواع الحج ومكان شراء الذبيحة نجد ما يلي:

- ◆ المحرمين بالإفراد: أجاب ٠,٩% منهم بأنهم يشترون ذبائحهم من الباعة المتجولين و ٢,١% حاجاً من المجزرة و ١,٢% حاجاً من مكان آخر دون تحديد وامتنع من هذه الفئة عن الإجابة ٤,٣% حاجاً.
- ◆ المحرمين بالقران: أفاد ٠,٥% حاجاً بأنهم يشترون ذبائحهم من الباعة المتجولين و الذين يشترون من المجزرة كان عددهم ٢,٧% حاجاً و ٠,٣% حاجاً من أماكن أخرى ولم يجب على هذا السؤال ٠,٧% حاجاً.
- ◆ بالنسبة للتمتع: يرى ٨,٨% بأنهم سوف يشترون ذبائحهم من الباعة المتجولين و نسبة كبيرة منهم والبالغة ٤٨,٨% أفادت بأنها سوف تشتري من المجزرة و ١٤% من أماكن أخرى وامتنع عن الإجابة من هذه الفئة ١١,٩% حاجاً.
- ◆ المجموعة التي لا تعلم نوع الحجم المحرمين به فقد قال ٠,٦% منهم بأنهم سوف يشترون من الباعة المتجولين و ٢,٠% منهم من المجزرة و ٠,٣% من أماكن أخرى ولم يجب من هذه المجموعة ١,١% حاجاً.

٣,٥,٢,٤ أماكن الذبح ومدى الاستفادة منها:

إن للانتشار الكبير للحجاج في بقله كبيرة من الأراضي المقدسة وذلك للتخيم وممارسة مناسك الحج يؤدي إلى تعدد واختلاف أماكن الذبح مثل ذلك (المخيم - أو مشروع

المملكة للهدى والأضاحي أو المجزرة البديلة أو الشارع) وبسؤالنا للعينة المختارة وجدنا ما يلي وذلك من خلال الجدول رقم (٨٣) حيث نلاحظ أن أكبر نسبة من حجم العينة وهي ٣٤,٣% قد حددت مكان ذبح الذبائح في المجزرة البديلة ويمكن أن يعود سبب ذلك في الانتشار في عدد المجازر البديلة وفي مناطق مختلفة بينما نجد أن ما نسبته ٢٢,٩% من حجم العينة من الحجاج قد قاموا بالاعتماد على مشروع المملكة للهدى والأضاحي في عملية ذبح الأضاحي والهدى أما ٢٠,٨% من الحجاج فقد قاموا بعملية الذبح في الشارع أما بالنسبة للمقيم فنجد أن نسبته تصل إلى ٤% فقط من حجم العينة كذلك ما نسبته ١,٧% من حجم العينة اعتمدوا على أماكن أخرى لعملية ذبح الذبائح وأخيراً نلاحظ أن ما نسبته ١٦,٤% من حجم العينة من الحجاج قد امتنعوا عن الإجابة.

كذلك نتطرق موضوع مدى استفادة الحاج الشخصية من الذبيحة التي قام بذبحها في الحج كذلك مصير الجزء غير المستفاد منه. وبالنظر إلى الجدول رقم (٨٤) وذلك بالسؤال عن مدى الاستفادة الشخصية من الذبيحة وجدنا أن ما نسبته تقريباً ٤١,١% من حجم العينة قد استفادوا من الذبيحة ولكن باختلاف (حيث أن ١٢,١% منهم قد استفاد منها كلياً بينما ١,٨% منهم استفاد من جزء منها) هذا بالنسبة للذين أفادوا باستفادتهم من الذبيحة أما الذي كانت إجابته سلبية وهي عدم الاستفادة من الذبيحة فتصل النسبة إلى ٤٢,٤% من حجم العينة ويمكن أن يعود ذلك إلى القيام بتوزيع الذبيحة كلها أو التصديق بها أو تفويض آخرين بالتصرف فيها أو غير ذلك. كذلك نجد أن هناك ما نسبته ١٦,٥% من حجم العينة قد امتنعوا عن الإجابة.

أما بالنسبة لمصير الجزء الغير مستفاد منه فنجد أن نسبة كبيرة تصل إلى ٣٤,٩% من حجم العينة من الحجاج قد قاموا بترك الذبائح في مكان ذبحها. أما نسبته ١٩,٦% من العينة فقد قاموا بأخذ الجزء المستفاد منه قاموا بالتصدق به أما ٤% من عينة الحجاج فلم يحددوا مصير الجزء الغير مستفاد منه. كذلك نسبة ٤١,٤% من حجم العينة من الحجاج فامتنعوا عن الإجابة وهذا يتضح من الجدول رقم (٨٥).

ونجد في الجدول رقم: (٩٦) والذي يقوم بالربط بين أنواع الحج وأماكن الذبح نجد ما يلي:

◆ المحرمين بالإفراد: أن ١,١% حاجاً منهم سوف يذبحون ذبيحتهم في إحدى المحازر الرسمية و قال ٢,٤% حاجاً بالقرب من المخيم في حين أفاد ٥,٥% حاجاً بأنهم سوف يعملون توكيلاً للذبح وقال ١,٤% منهم بأنهم سوف يذبحون في مكان آخر وامتنع ٣,٥% حاجاً عن الإجابة.

◆ أما المحرمين بالقران: فأفاد ٢,٥% حاجاً منهم بأنهم سوف يذبحون في بالمحازر الرسمية وكان ١,٨% حاجاً قد قالوا بأنهم سوف يذبحون قرب المخيم وأجاب ٥,١% حاجاً بأنهم سوف يعملون توكيلاً و ٥,١% حجاج حاجاً في مكان آخر و ٥,١% حجاج لم يجيبوا على هذا السؤال.

◆ أما المحرمين بالتطوع: فكانت نسبة كبيرة منهم بلغت ٥٦,٤% حاجاً قد أجابت بأنها سوف تذبح في المحازر الرسمية و ٢١,١% حاجاً قرب المخيم ونسبة بلغت ١,٨% قالت بأنها سوف تعمل توكيلاً و ٥,٦% حاجاً قالوا في مكان آخر ولم يجب على ٣,٥% حاجاً على هذا السؤال.

◆ أما الفئة التي لم تحدد نوع الحج الذي تحرم به: فكانت إجابة ٥,٦% منهم بأنهم سوف يذبحون في المجزرة و ٥,٨% حجاج قرب المخيم و ٥,١% حاجاً سوف يعملون توكيلاً و ٥,٣% في مكان آخر ولم يجب ٣% منهم على هذا السؤال.

٣,٥,٢,٥ سعر الذبائح وتكلفة عملية الذبح

إن لتعدد مصادر وأماكن شراء الذبائح ولزيادة المنافسة في البيع لكل جهة من الجهات المختصة وذلك بهدف الربح كالمجازر أو الأشخاص أو بهدف خدمة الحجاج أولاً كمشروع المملكة للهدي والأضاحي كل ذلك يؤدي إلى التفاوت في الأسعار كذلك إلى التفاوت في تكلفة عملية الذبح.

أولاً: نلاحظ من الجدول رقم (٨٦) التفاوت الكبير في الأسعار فنجد أن ما نسبته ١٠,٨ % من حجم العينة

ينة من الحجاج تتراوح أسعار ذبائحهم ما بين ٣٠ ريال إلى ٢٤٠ ريال كذلك ٢٨,٨ % من الحجاج تتراوح أسعار ذبائحهم ما بين ٢٤٠ إلى ٣٠٠ ريال أما الذين تتراوح أسعار ذبائحهم ما بين ٣٠٠ إلى ٣٤٠ ريال فنسبتهم تصل إلى ١٩,٢ % كذلك نلاحظ أن نسبة ٢٧,٦ % من حجم العينة تكون أسعار ذبائحهم من ٣٤٠ إلى ٣٦٠ ريال ونسبة ٤,١ % من الحجاج تتراوح الأسعار التي قاموا بالشراء بها ما بين ٣٦٠ إلى ٤٦٠ ريال بينما نلاحظ أن نسبة ٣ % من الحجاج تتراوح أسعار ذبائحهم أكثر من ٥٤٠ ريال وأخيراً نجد أن نسبة ١٣,٦ % من حجم العينة من الحجاج قد امتنعوا عن الإجابة.

ثانياً: بالنسبة لتكلفة الذبائح التي قام الحجاج بدفعها لعملية الذبح فنلاحظ من الجدول رقم (٨٧) أن نسبة كبيرة لم تقوم بدفع شيء وذلك لقيامهم بعملية الذبح بأنفسهم دون الاعتماد على جهات أخرى وتصل نسبته إلى ٤٤,٤ % من حجم العينة تحت الدراسة من الحجاج بينما نجد أن ٥٥,٦ % من الحجاج قد قاموا بالاعتماد على جهات أخرى في عملية الذبح فنجد منهم ما يلي (ما نسبته ٤٦,٦ % منهم قد قاموا بدفع أقل من ٣٠ ريال للذبيحة بينما ما نسبته ٩ % منهم فتفاوتت أسعار الدفع ما بين ٣٠ ريال إلى أكثر من ٢٣٠ ريال).

٣,٥,٢,٦ مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدى والأضاحى:

ونتناول المشروع من مختلف الأبعاد للتعرف هل هناك معرفة بالمشروع بعد تواجدهم في السعودية من عدمه.

٣,٥,٢,٦,١ المعرفة بوجود المشروع:

من خلال الاستبيان الموجه إلى الحجاج وذلك بعد قيامهم بأداء مناسك الحج بالقليلة لا تعرف شيئاً عن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدى والأضاحى وتقدر نسبتهم بـ ٣٩,١% من حجم العينة المستهدفة من الحجاج. بينما نجد أن هناك مجموعة من بين أفراد العينة لديهم وعي بوجود المشروع وتقدر هذه النسبة بـ ٥٣,٨% من حجم العينة بينما نلاحظ أن ٧,١% من حجم العينة قد امتنعوا عن الإجابة ونرى ذلك من خلال الجدول رقم (٥٣).

ونجد أن معرفة الأفراد بوجود مشروع الإفادة يكون من عدة طرق كالجرائد والمطويات أو بواسطة المطوفين ورؤساء البعث الحجية أو أقرباء أو حجاج آخرون. ونلاحظ من الجدول رقم (٥٤) أن ما نسبته ١٦,٥% من الحجاج علموا بوجود المشروع من خلال أو بواسطة أقرباء هلم سبق لهم الحج من قبل ذلك بينما ما نسبته ١٢% قد علموا بوجود المشروع وذلك بواسطة بعثات الحج الرسمية وهذا يدل على أهمية هذه النقطة لقيامها بالتوعية الجماعية والاتصال المباشر مع الحجاج وذلك بلغاتهم كذلك نجد أن معرفة الحجاج لهذا المشروع من خلال المطوف مهم ونجد أن نسبتهم تصل إلى ٩,٥% من حجم العينة بينما ٨,١% من الحجاج قد علموا بالمشروع وذلك من خلال الجرائد والمطويات والتي تصل نسبتها إلى ٦,٤% من حجم العينة أما من خلال حجاج آخرين فنجد أن نسبة إيصال المعلومات تصل إلى ٧,٩% من الحجاج ونلاحظ عدم إجابة نسبة كبيرة من العينة على هذا السؤال وتصل النسبة إلى ٣٨,٥% من حجم العينة (كل ما سبق نستنتج منه أن التوعية والإعلان لهما الدور الرئيسي في توعية الحجاج بالمشروع وأعماله).

نستنتج من الجدول رقم: (٩٢) والذي يربط بين أنواع الحج ومعرفة الحجاج بأن مشروع المملكة يتولى ذبح النسك نيابة عن الحاج.

◆ أولاً بالنسبة للمحرمين بالإفراد: نجد أن ٣,٩% حاجاً يعلمون بوجود المشروع وأنه يتولى ذبح النسك نيابة عن الحجاج في حين قال ٦,٧% حاجاً بعدم معرفتهم ذلك ولم يجب ٢,١% حاجاً على هذا السؤال.

◆ ثانياً المحرمين بالقران: فنجد أن ٣,٣% حاجاً منهم يعلمون بأن المشروع يتولى الذبح نيابة عن الحاج وأفاد ٣,٦% حاجاً قالوا بأنهم لا يعلمون بأن المشروع يقوم بالذبح نيابة عن الحجاج وامتنع عن الإجابة ١,٩% حاجاً.

◆ ثالثاً: المحرمين بالتمتع نجد أن ٢٧,٣% حاجاً يعلمون بأن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي يتولى ذبح النسك عن الحجاج في حين قال ٣٢,٨% حاجاً وهي نسبة كبيرة جداً بأنهم لا يعلمون ذلك ونسبة كبيرة أيضاً لم تجب على هذا السؤال.

◆ أما الذين لا يعلمون نوع حجهم: فقد كانت إجابة ٢,٧% حاجاً بمعرفة أن المشروع يتولى الذبح وإجابة ٢,٣% حاجاً بعكس ذلك ولم يجب ١,٢% حاجاً على هذا السؤال.

هنالك إدراك ووعي كبير من قبل أفراد العينة وذلك بالعلم بأن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي يقوم باختيار الذبائح طبقاً للمواصفات الشرعية التي حددتها الجهات الشرعية المختصة فنجد أن نسبتهم تصل إلى ٥٨,١% من حجم العينة بينما الذين لا يدركون بأن المشروع يقوم بالاختيار طبقاً للمواصفات الشرعية بلغت نسبتهم ١٥,١% من الحجاج المستهدفين في البحث.

ونلاحظ عدم إجابة ٢٦,٨% من حجم العينة على هذا السؤال وذلك من خلال الجدول رقم (٥٥).

أما بالنسبة لشرعية توكيل المشروع بالنيابة عن الحجاج بتولي ذبح النسك نرى أن نسبة ٥٩,٧% يوافقون على هذا الرأي بينما ما نسبته ١٢,٦% يرون عكس ذلك وقد امتنع ما نسبته ٢٧,٥% من حجم العينة عن الإجابة كما نلاحظ بالجدول رقم (٥٦).

نرى من الجدول رقم: (٩٣) والذي يربط بين أنواع الحج ومن يقوم بالذبح في حالة عدم معرفة أن مشروع المملكة يتولى الذبح نيابة عن الحجاج وقد كانت الإجابة كالتالي:

- ◆ بالنسبة للمحرمين بالإفراد: نجد أن ٢,٧% حاجاً قالوا بأنه سوف يقوم بالذبح شخص متخصص وأجاب ١,٨% بأن شخص آخر سوف يتولى الذبح نيابة عنهم.
- ◆ أما للمحرمين بالقران: فنجد أن ٣,٥% منهم سوف يعطون مهم الذبح لجزار متخصص في حين أن ١,٢% منهم سوف يقوم شخص آخر بالذبح.
- ◆ المحرمين بالتمتع: أجاب نسبة كبيرة منهم ٢٣,٣٥ حاجاً بأن سوف يولون مهمة الذبح لجزار متخصص في حين أن ١٣,٦% حاجاً قالوا بأن شخص آخر سوف يتولى عملية الذبح نيابة عنهم.
- ◆ وقال الذين لا يعلمون نوع حجهم بأن جزاراً متخصصاً سوف يقوم بالذبح بنسبة ٣,٣% وقال ٠,٣% حاجاً بأن شخص آخر سوف يتولى المهمة.

٣,٥,٢,٦,٣ تفضيل التعامل مع المشروع من عدمه والأسباب

بالنظر إلى الجدول رقم (٦٠) نجد أن ٥٤,٣% من حجم العينة من الحجاج يفضلون التعامل مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي بينما ما نسبته ٢٧,٣% من حجم العينة لا يفضلون التعامل مع المشروع أما ما نسبته ١٩,١% من العينة لم يجيبوا على هذا السؤال.

وعند الأسباب التي أدت إلى تفضيل التعامل مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي فنجد من الجدول رقم (٦١) أن سهولة الحصول على قسائم الذبائح تحتل المرتبة الأولى في تفضيل المشروع وذلك بنسبة تصل إلى ٢١,١% من حجم العينة بينما نجد أن ١٠,٤% من الحجاج يفضلون المشروع وذلك بسبب توصية الأصدقاء والزملاء.

كذلك نسبة ١٠,٧% من حجم العينة يفضلون المشروع بسبب الاقتناع بمزايا المشروع بينما نجد أن السبب في عدم التمكن من التصرف بكامل الذبيحة تصل النسبة إلى ٥,٨% من حجم العينة بينما ما نسبته ٤,٣% من حجم العينة من الحجاج يفضلون التعامل المشروع بسبب الحرص على نظافة الأماكن المقدسة. أما بالنسبة للتفضيل التعامل مع المشروع بسبب الفتوى الشرعية للمشروع تصل نسبتهم إلى ٢,٧% من حجم العينة وأخيراً نجد أن ٤٥% من الحجاج لم يقوموا بالإجابة على هذا السؤال.

أما الأسباب التي أدت إلى عدم التفضيل الذبح من خلال مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي فنجد أن هناك أسباب مختلفة ومن أهمها:

عدم العلم بوجود المشروع وتصل نسبتهم إلى ١٨,٥% من حجم العينة كذلك عدم معرفة الحجاج بمزايا المشروع أدت إلى عدم التعامل مع المشروع ونجد أن نسبتهم تصل إلى ١١,١% من حجم العينة أما ما نسبته ١٠,٤% من حجم العينة لا يفضلون التعامل مع المشروع لارتفاع السعر.

واجد أن هنالك من يفضلون توزيع ذبائحهم بأنفسهم وليس من خلال المشروع ونجد أن نسبتهم تصل إلى ٧,١% من الحجاج المستهدفين في الاستبيان، وهنالك نسبة ٢,٤% من حجم العينة لا يفضلون التعامل مع المشروع وذلك لعدم الاقتناع بشرعية توكيل المشروع وأيضاً هنالك نسبة ٢,١% من حجم العينة لا يفضلون التعامل مع المشروع وذلك بسبب صعوبة الوصول إلى مراكز التوزيع وذلك بسبب الزحام. كذلك نفس النسبة ٢,١% من

الحجاج لا يفضلون المشروع لعدم الاقتناع بفعالية المشروع بسبب ما يرونه من مناظر مقززة بينما نجد أن من يتأثرون بسلوك الزملاء تصل نسبتهم إلى ١,٩% فقط من حجم العينة. وقد امتنع عن الإجابة ٤٤,٢% من حجم العينة وذلك كما هو موضح في بالجدول رقم (٦٢).

يبين لنا الجدول رقم: (١٠١) والذي يقوم بالربط بين أنواع الحج وأسباب تفضيل للذبح من خلال المشروع:

◆ المحرمين بالافراد: إن من أهم أسباب تفضيل الذبح من خلال المشروع بالنسبة لهم هو سهولة الحصول على قسائم الذبح حيث ترى نسبة ٢,٤% حاجاً ذلك ويرى ٠,٤% حجاج بأن توصية أصدقائهم كانت السبب المباشر للذبح من خلال المشروع ويرى ١,٢% حاجاً بأنهم مقتنعون بمزايا المشروع و ٠,٤% من الحجاج يرون أن ذبحهم من خلال المشروع هو حرصاً على نظافة الأماكن المقدسة ويرى ٠,٥% حاجاً بأنهم يختارون المشروع خوفاً من عدم تمكنهم من التصرف في الذبيحة بشكل كامل و نجد أن ٠,٥% حاجاً يرون بسبب الفتوى الشرعية ولم يجب ١,٩% حاجاً على هذا السؤال:

◆ المحرمين بالقران: يرى ١,٢% حاجاً منهم أن سهولة الحصول على القسائم قادتهم للذبح من خلال المشروع وأخبر ٠,٣% حجاج بأن أصدقائهم وزملائهم أشاروا عليهم بالذبح من خلال المشروع في حين يرى ٠,٦% حاجاً بأن اقتناعهم كان هو سبب اختيارهم للذبح عن طريق المشروع ونرى أن الحرص على نظافة الأماكن المقدسة كان هو سبب اختيار ٠,٣% حجاج للذبح من خلال المشروع وبسبب الخوف من عدم التمكن من التصرف في كامل الذبيحة اختار ٠,٤% حجاج الذبح من خلال المشروع ونرى أن ٠,١% حاجاً اقتنعوا بالمشروع بسبب الفتوى الشرعية وامتنع عن الإجابة ٢,٢% حاجاً.

◆ المحرمين بالتمتع: أن سهولة الحصول على القسائم كان هو السبب المباشر لاختيارهم للذبح من خلال المشروع ٤,٩% حاجاً في حين يرى ٤,٥% حاجاً بأن سبب اختيارهم هو توصية أصدقائهم وزملائهم بالذبح من خلال المشروع وقال ٤,٤% حاجاً بأنهم مقتنعون بمزايا المشروع. في حين أن ٣,٠% حاج بأن حرصهم على

نظافة الأماكن المقدسة هو الذي قادهم للذبح من خلال المشروع ويرى ٣,٩% حاجاً بأن عدم التصرف في كامل الذبيحة هو الذي قادهم للذبح من خلال المشروع ويرى ١,٥% حاجاً بأن الفتوى الشرعية كانت هي السبب في اختيارهم للذبح من خلال المشروع.

♦ الفئة التي لا تعلم نوع إحرامها: ٥,٥% حاج يرون أن سهولة الحصول على القسائم قادهم للذبح من خلال المشروع و ١,١% بسبب الأصدقاء والاقتناع بمزايا المشروع وعدم بسبب عدم التمكن من التصرف في كامل الذبيحة و ١,١% بسبب الفتوى الشرعية و ٢,٨% لم يجيبوا على هذا السؤال.

يوضح الجدول رقم: (١٠٢) والذي يربط بين أنواع الحج وأسباب عدم تفضيل عدم الذبح من خلال المشروع:

♦ المحرمين بالافراد: يرى ١,٨% حاجاً بأن سبب عدم الذبح من خلال المشروع هو عدم علمهم بوجوده في حين يرى ٤,٠% حاجاً أن السبب كان لعدم معرفتهم بمزايا المشروع و ٣,٠% حاج يرون أن الأسعار مرتفعة و ٣,٠% حاجاً يؤكدون بعدم اقتناعهم بفعالية المشروع ويقول ٤,٠% حاج بأنهم يفضلون توزيع ذبيحتهم بأنفسهم ويرى ١,٠% حاجاً واحد بأنه غير مقتنع بشرعية توكيل المشروع و ١,٠% حاج تأثروا بسلوك أصدقائهم وزملائهم ويرى ١,٠% حاجاً أن صعوبة الوصول إلى مراكز التوزيع هي سبب عدم تفضيلهم الذبح من خلال المشروع ولم يجب على هذا السؤال ٤,٨% حاجاً.

♦ المحرمين بالقران: يرى ١,١% حاجاً بأن عدم علمهم بالمشروع هو سبب عدم تفضيلهم الذبح من خلاله ويرى ٦,٠% حاج أنهم لا يعرفون مزايا المشروع ويرى ٣,٠% حاجاً بأن ارتفاع الأسعار هو الذي أجبرهم على عدم الذبح من خلال المشروع ويرى ١,٠% حاج بأنهم غير مقتنعين بفعالية المشروع ويفضل ١,٠% حاجاً الذبح بنفسه ويرى حاج واحد بأنه غير مقتنع بشرعية توكيل المشروع ونجد ١,٠% حاج متأثرون بسلوك زملائهم ويرى ١,٠% حاجاً أن مراكز التوزيع يصعب الوصول إليها لذلك لا يفضلون الذبح من خلال المشروع وامتنع عن الإجابة ١,٧% حاجاً.

♦ المحرمين بالتمتع: يرى ١٥,١% حاجاً بأن عدم تفضيلهم الذبح من خلال المشروع يعود إلى عدم علمهم بوجوده من قبل أو عدم معرفتهم بمزايا المشروع ٩,٤% حاجاً أو بسبب ارتفاع الأسعار كما يرى ٩,٤% حاج أو عدم الاقتناع بفعالية المشروع ١,٥% ومنهم من يفضل الذبح بنفسه ٦,٤% حاجاً وهناك ٢,٣% حاج غير مقتنعين بشرعية التوكيل للمشروع و ١,٨% حاج متأثرون بسلوك زملائهم ١,٦% حاجاً يرون بأن الوصول إلى مراكز التوزيع صعب جداً. وهناك نسبة كبيرة جداً تصل إلى ٣٦,٢% حاج امتنعت عن الإجابة على هذا السؤال.

♦ الفئة التي لا تعلم بإحرامها: ٠,٤% حاج لا يعلمون المشروع من قبل و ٠,٥% حاج لا يعرفون مزايا المشروع ٠,٤% حاج يعتقدون بأن الأسعار مرتفعة و ٠,٢% غير مقتنعين بفعالية المشروع. ويفضل ٠,٣% حاج منهم الذبح بنفسه ٠,٢% صعوبة الوصول إلى مراكز التوزيع ولم يجب على هذا السؤال ١,٦% حاجاً.

٣,٥,٢,٦,٤ سعر الذبائح بالمشروع:

تعتبر الأسعار من أهم العوامل في سلوك الأفراد تجاه التعامل التجاري وهو المؤثر الرئيسي في زيادة ونقص عدد المتعاملين والمستهلكين. ومن الجدول رقم (٦٣) نرى أن هناك نسب متفاوتة حول سعر الذبائح حيث نرى أن أسعار المشروع في نظر الحجاج مرتفعة ونجد أن نسبة ٣٠,١% من حجم العينة يعتقدون ذلك بينما يرى ١٢,٦% من حجم العينة أن أسعار مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي أقل من البدائل الأخرى بينما يجد ١٤,٥% من حجم العينة أن الأسعار متقاربة مع البدائل الأخرى. أما بالنسبة لعدم العلم بالأسعار فنجد أن ما نسبته ٢٢,٥% من حجم العينة يرون ذلك. بينما ما نسبته ٢٠,٢% من الحجاج لم يجيبوا على هذا السؤال.

٣,٥,٢,٦,٥ الأعمال التي يقوم بها المشروع ويشرف عليها:

كما هو واضح من العنوان سيتم تناول الأبعاد الخاصة بنظرة الحاج حول المشروع وتقبله للخدمات المقدمة.

نلاحظ ما لجدول رقم (٦٥) أن ما نسبته ٥٠,٨% من حجم العينة من الحجاج يعتقدون بأن حكومة المملكة العربية السعودية لا تشرف على هذا المشروع. بينما امتنع عن الإجابة ٣٣% من الحجاج الذين استهدفهم الاستبيان.

٣,٥,٢,٦,٥,٢ إجازة توكيل المشروع من قبل هيئة شرعية

يدرك الكثير من الحجاج تصل نسبتهم إلى ٥٥,٤% من حجم العينة أن توكيل مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدى والأضاحي بالذبح نيابة عنهم جائز بينما لا يدرك ذلك نسبة تصل إلى ١٢,٥% من الحجاج. أما الذين امتنعوا عن الإجابة فتصل نسبتهم إلى ٣٢,١% من أفراد العينة المستهدفة ويتضح ذلك من الجدول رقم (٦٦).
أما من الجدول رقم (٦٧) نستنتج كذلك أن الكثير من الحجاج تصل نسبتهم إلى ٥٦,٧% من الحجاج يدركون إلى أن هيئة شرعية متخصصة أجازت توكيل الحاج للمشروع بالذبح نيابة عنه بينما تصل نسبة الذين يعلمون ذلك إلى ١١,١% من حجم العينة بينما امتنع عن الإجابة ما نسبته ٣٢,٢% من الأفراد.

٣,٥,٢,٦,٥,٣ اختيار الذبائح وتذكيته للمواصفات الشرعية.

بالنسبة لمراعاة المواصفات الشرعية من قبل المشروع يدركها الحجاج بما نسبته تصل إلى ٥٧,١% من حجم العينة بينما ١٠,٧% من حجم العينة يشكون في ذلك بينما امتنع عن الإجابة ما نسبته ٣٢,١% من حجم العينة ويتضح ذلك من الجدول رقم (٦٨).
بالنسبة لمعرفة الحجاج بالمشروع يقيم بتزكية الذبائح وفقاً للمواصفات الشرعية ضمن الجدول رقم (٧٢) نجد أن ما نسبته ٤٢% من الحجاج يدركون هذا الشيء بينما نجد أن ما نسبته ٢٥,٩% من حجم العينة يرون أنه لا يتم التزكية طبقاً للمواصفات الشرعية وذلك من قبل المشروع. أما ما نسبته ٣٢,١% من الأفراد فلم يجيبوا.

لتغطية الطلب الكبير على الذبائح خلال موسم الحج لابد من الاعتماد على مصادر خارجية ويقوم مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي بشراء الذبائح مباشرة من مصادره الخارجية.

وبالنظر إلى الجدول رقم (٦٩) نجد أن نسبة ٤٢,٨% من الحجاج لا بد من الاعتماد على مصادر خارجية ويقوم مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي بشراء الذبائح مباشرة من مصادرها الخارجية.

وبالنظر بالجدول رقم (٦٩) نجد أن نسبة ٤٢,٨% من الحجاج يرون إلى أن المشروع يقوم بشراء الذبائح مباشرة من مصادرها الخارجية بينما يرى ٢٣,٩% من الحجاج بأن المشروع لا يقوم بالشراء مباشرة من مصادرها الخارجية بينما امتنع عن الإجابة ما نسبته ٣٣,٣% من الحجاج المستهدفين في البحث عن الإجابة.

أما عن إشراف مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي مباشرة على عملية نقل الذبائح بحيث لا يعتمدون على جهات نقل أخرى نجد أن ٤٧,٦% من الحجاج يرون أن المشروع يقوم بالإشراف مباشرة على عملية نقل الذبائح بينما يرى ١٩,٤% من الحجاج إلى أن المشروع يعتمد على جهات أخرى في عملية نقل الذبائح من وإلى المشروع بينما هناك ٣٣% امتنعوا عن الإجابة وذلك كما هو ظاهر بالجدول رقم (٧٠). إن توفير جزارين متخصصين للقيام بعمليات ذبح النسك في مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي يوفر كثيراً على المشروع ويقدم خدمات جلية للحجاج ويدرك معظم الحجاج ذلك كما هو موضح بالجدول (٧١) حيث نجد أن نسبتهم تصل إلى ٥١,٥% من حجم العينة من الحجاج بينما هنالك نسبة ١٥,٨% من الحجاج يرون عكس ذلك أما عن الذين امتنعوا عن إجابة فتقدر نسبتهم بـ ٣٢,٧% من حجم العينة.

٣,٥,٢,٦,٥,٥ تنظيم الذبائح والتخلص من النفايات من قبل المشروع:

أن حكومة المملكة العربية السعودية وحرصها على صحة الحجاج وتوفير الأجواء الصحية حتى يتمكنوا من أداء مناسك الحج تهم كثيراً بالتخلص من النفايات الناتجة عن الذبائح في شهر الحج. وبما أن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي من ضمن أحد الجهات التي تشرف عليها الحكومة نجد الاهتمام بالتخلص من النفايات بطريقة تراعي صحة الحجاج ونظافة البيئة. ويدرك هذه الأشياء الكثير من الحجاج فرى من الجدول رقم (٧٣) إلى أن نسبه كبيرة تصل إلى ٥٣,٨% من حجم العينة يرون إلى أن المشروع يهتم بالنظافة ويراعي صحة الحجاج.

بينما يعارض ذلك ١٣,٩% من الحجاج ويرون العكس تماماً. أما من امتنعوا عن الإجابة على هذا الاستفسار فتصل نسبتهم إلى ٣٢,٣% من حجم العينة.

٣,٥,٢,٦,٥,٦ توزيع لحوم الذبائح على الفقراء بالحرم والدول الإسلامية.

إن من الأمور التي يقوم بها مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي هو قيامه بتوزيع لحوم ذبائح النسك على فقراء الحرم.

ونلاحظ من الجدول رقم (٧٤) أن ما نسبته ٥٣,٢% من حجم العينة من الأفراد يدركون إلى أن مشروع الإفادة يقوم بتوزيع الذبائح على فقراء الحرم بينما يرى عكس ذلك ما نسبته ١٣,٧% من حجم العينة.

كذلك نجد أيضاً أن المشروع يقوم بنقل ما يفيض عن حاجة فقراء الحرم إلى الدول الإسلامية وتوزيعها على الفقراء. فهناك ما نسبته ٥٢,٢% من الحجاج يدركون هذا الشيء بينما هناك نسبة ١٩,٥% من حجم العينة يرون عكس ذلك هو أن المشروع لا يقوم بنقل الفائض إلى الدول الإسلامية وتوزيعها على الفقراء وأخيراً نلاحظ أن من امتنعوا عن الإجابة ما نسبته ٢٨,٣% من حجم العينة وذلك موضح في الجدول رقم: (٧٥).

٣,٥,٣ هل توجد فروق بين قبل وبعد الحج:

والإجابة لا توجد فروق بين قبل وبعد الحج من حيث إدراك ووعي الحاج وذلك حسب الجداول أرقام: (٥٣) و (٥٤) و (٥٥). ولعل المقلق في الأمر أن الجدول رقم (٥٤) يعكس لنا أن الوسائل غير الإعلامية كالأقارب والبعثة والحجاج الآخرين أكثر فعالية من الوسائل الإعلامية وخاصة بعد الحج. مع وجود نسبة كبيرة جاهلة بالمشروع قبل وبعد الحج الأمر الذي يجعلنا نعتقد بعدم فعالية وقدرة الوسائل الحالية في إيصال المشروع وأهدافه للحاج. وأن هناك حاجة ملحة لتطوير وسائل مغايرة ومختلفة عن الوسائل الحالية في التعامل مع المشروع وإيصال أهدافه ورسائله للمستهلك الحاج الذي يهتم بالقيام بالدور الصحيح استنادا على الجهد المبذول منه.

الاستراتيجية التسويقية العامة للإفادة من لحوم الهدى مشروع المملكة العربية السعودية

٤ مقدمة:

الذبح للهدى نسك هام يقوم به الحاج لغرض إتمام حجة الفريضة له، وعادة ما يتكلف الحاج الكثير للقيام بها ولا تتاح له الفرصة دوماً لتكرارها. لذلك يحرص الحاج على أن تسير العملية بصورة صحيحة نظراً لأهميتها الروحية له علاوة على المشقة والكلفة التي سيتحملها للوصول لهدفه وهو أن يتقبل الله عمله ويشبهه عليه. لذلك يتوقع أن يكون الحاج حريصاً على أداء الشعيرة بدون شوائب أو شكك. وعليه سنركز عند بناء الاستراتيجية على تحقيق هذا البعد من قبل المشروع. وهو طمأنة الحاج إلى أن المشروع له نفس درجة الحرص والرغبة في أن يكون حج الحاج كاملاً خالي من الشوائب فيما يختص باختيار وذبح وإيصال الذبيحة لمستحقيها كما جاء في القرآن ومراعية للمذهب المتبع من قبل الحاج.

ونهدف من بناء الاستراتيجية لتحقيق هدف مشروع المملكة العربية السعودية وهو أن يذبح جميع الحاج هديهم وصدقاتهم من خلال المشروع حتى تكون الفائدة أقصى ما يمكن. وبالتالي القضاء على الجوانب السلبية للذبح خارج المشروع وزيادة استفادة فقراء المسلمين من الذبائح في مختلف دول العالم بعد اكتفاء.

ترتكز الاستراتيجية المراد تطبيقها خلال العام الحالي ١٤١٩ هـ على بناء بعد إيجابي يربط بين الحاج والمشروع هدفه دعم الحاج في أداء نسكه بيسر وسهولة وإتاحة الفرصة له لخدمة فقراء المسلمين بإيصال الهدى والصدقات لهم بعد أن يكتفي فقراء الحرم مصداقاً لقوله تعالى (والبدن جعلناها لكم من شعائر الله لكم فيها خير فاذكروا اسم الله عليها صواف فإذا وجبت جنوبها فكلوا منها وأطعموا القانع والمعتر كذلك سخرناها لكم لعلكم تشكرون) سورة الحج ٣٦.

وعند بناء الاستراتيجية نود أن نركز على أهمية تقليل التكلفة إلى أبعد حد حتى لا يتحمل الحاج تكاليف ليس لها صلة سوى جذبه نحو الذبح في المشروع. وبالتالي سيكون

الخيار المراد تنفيذه هو أقل الخيارات تكلفة وأكثرها فعالية في إقناع الحاج بدور المشروع خاصة وأن الوعي بالمشروع لا يعتبر جيد. وهناك نوعان من الاستراتيجيات المراد تطبيقها واحدة تختص بالحاج والأخرى تختص بالمنافسة واحتوائها.

٥ رسالة ورؤية المشروع:

ونسعرض في هذا الجزء رسالة المشروع ورؤيته حتى نظهر الأسس التي بنيت عليها الاستراتيجية وتهدف لتحقيقها. فالأبعاد والأدوات المستخدمة ستكون مركزة على تحقيق رسالة المشروع والوصول لهذه الرؤيا.

ورسالة المشروع هي " يسعى مشروع المملكة العربية السعودية للإفادة من لحوم الهدى والأضاحي كمشروع خيري إلى إفادة فقراء المسلمين من لحوم الهدى خارج المملكة بعد اكتفاء فقراء الحرم. وتمكين الحاج من أداء نسكه بيسر وسهولة، مع الحرص على ضمان نظافة البيئة في الحرم".

تم استخدام رؤيا طورها الباحثون وتدور حول (فكلوا منها وأطعموا البائس الفقير) وبالتالي تهدف من هذه الرؤيا الإيضاح للحاج حقيقة هامة وهي أن الحاج سينال الأجر نتيجة لأدائه جزء من الشعيرة الدينية بسبب قيامه بالذبح مع المشروع لأن المشروع ونيابة عن الحاج سيوصل الذبائح للفقراء المستحقين. وهنا يجب أن نركز على بعد إعادة الهيكلة وتخفيض سعر الذبيحة كجزء من الاستراتيجية التي سيتم تنفيذها هنا.

٦ أولاً: استراتيجية المستهلك:

وعناصر الاستراتيجية التي نسعى لتنفيذها هي:

١. أدوات تعكس رسالة المشروع وهدفه وإقناع الحاج بها وجدوها.
٢. خفض تكلفة الذبيحة وخاصة الجزء المدفوع من الحاج للحصول على خدمات المشروع.
٣. الوسائل الإعلامية المستخدمة لإيصال الرسالة.
٤. الإعلان موجه بلغة الحاج صوتاً وكتابة.
٥. أن يتم عرض ثلاثة أنواع من الكوبونات مختلفة السعر.

٦،١ أدوات الاستراتيجية:

سيتم استخدام عدد من الأدوات الهامة التي ستعطي رسالة واضحة للحاج حول المشروع الخيري وهدفه وتطمئنه على نسكه بدون أي شوائب. وتتكون هذه الأدوات من العناصر التالية:

١. عقد الالتزام.
٢. كوبونات مختلفة التوقيت للذبح.
٣. منشورات تشجيعية.
٤. فيلم لمدة دقيقة واحدة.
٥. وشريط أوديو.
٦. مطويات.
٧. المعلقات.
٨. اللغة المستخدمة.

٦،١،١ عقد الالتزام:

عادة ما يهتم الفرد عندما يجد نفسه أمام علاقة تعاقدية من خلالها يضمن أن الطرف الآخر سيلتزم بهذا العقد وسيحترمه ويضمن نقل العبء والذنب عنه. عادة ما

يهتم الفرد بالكلمة المكتوبة كنوع من الالتزام الحرفي حتى يطمئن الحاج من إتمام نسكه بطريقة صحيحة. فالتكاليف التي يتعرض لها الحاج ورغبته في الأجر تجعله حذرا. ويعتبر أسلوب جديد وغير متعارف عليه عالميا إلا من خلال الضمانات المقدمة للسلع والمنتجات الكمالية. واستخدامه هنا هو نوع من الضمان للحاج ونقل أي مسؤولية لجهة مسؤولة تخاف وتراعي الله في أعمالها. وبالتالي يتوق أن تكون وسيلة جذب وطمأنينة للحاج حول إتمامه لنسكه حيث نجد أن هناك نبرة عدم ثقة وخاصة عند قيامنا بالدراسة النوعية.

ونقترح نص العقد كالتالي مع كتابته بلغة الحاج:

عقد التزام

يلتزم البنك الإسلامي كطرف أول وهو هنا المشرف والمنفذ لمشروع المملكة العربية السعودية للإفادة من لحوم الهدى والصدقات.

تجاه الحاج: (اسم الحاج).

١. أن يقوم باختيار الذبيحة التي تتفق مع الشروط الشرعية للهدى والصدقات.
٢. أن يتأكد من مراعاتها للشروط الصحية وأن يتم ذبحها بالأسلوب الشرعي الإسلامي.
٣. أن يفيد فقراء المسلمين من المقيمين في منطقة الحرم وبعد اكتفائهم يقوم بإيصالها لفقراء المسلمين حول العالم.
٤. وأن يقدم البنك الإسلامي للتنمية جزء من الذبيحة للوكيل حال طلبه لها.

طرف أول:

البنك الإسلامي

طرف ثاني:

الحاج:

٦،١،٢ كوبونات الذبح الزمنية:

جزء كبير من الحجاج يستند في كون المشروع يهمل بعد ديني هام حول الذبح في نفس اليوم ويتم بالتالي عرض ٣ أنواع من الكوبونات كل كوبون يحدد يوم الذبح من خلاله. فلأغنام المذبوحة في اليوم الأول لها كوبون محدد ويكون سعره أعلى من اليوم التالي بـ ٣٠ ريال والذبح في اليوم الثاني أعلى من اليوم الثالث بثلاثين ريال. مع أهمية إصدار الكوبونات بالحاسب الآلي ومن خلال رقم الكوبون يستطيع الكمبيوتر اطلاع المشتري الوقت الذي سيتم ذبح الذبيحة إنشاء الله ويطبع له. لأن الذبح في المجرة يتم بحجم محدد كل يوم وبالتالي لن تكون هناك صعوبة في الإجابة على الحاج الراغب في معرفة وقت تزكية ذبيحته. وهذا يساعد على الاستجابة لعدد كبير من الحجاج الراغبين في الذبح مع المشروع بما يتفق مع مذهبهم.

٦،١،٣ المنشورات:

وهي عبارة عن صفحة يركز فيها على تطور الخدمة المقدمة وحجم المستفيدين كل عام داخليا وخارجيا. الهدف تكوين نوع من الاعتقاد بالدور الذي يقوم به البنك لتحقيق الاستفادة من اللحوم. وهي عبارة عن ورقة فيها جدول ورسم بياني فقط مع الرؤية الخاصة بالمشروع (فكلوا منها وأطعموا البائس). وأهمه أن الذبح وتواجد الذبيحة في المشعر الحرام وليس في مكان آخر. يضاف لها أهمية سرعة التوصيل لمختلف الدول الإسلامية للذبائح.

٦،١،٤ المطويات:

ويحقق من خلالها بعدين الأول يهتم الحاج بتواجدها معه كل وقت ويستخدمها وعلي جنبها يتم طباعة خارطة لمنطقة المشاعر أو ما هو مطلوب منه لإكمال ركن الحج وحسب المذهب الذي يتبعه الحاج (حتى لا يستشعر بتواجد تميز أو أن الخلاف في التطبيق لن يهتم به). والهدف منها استمرار تذكير الحاج بالمشروع وربما تحدثه مع غيره عند الراحة حول المطوية والجوانب الإيجابية فيها. وأن الذبح يجب أن يتم المشعر الحرام وأن الذبائح شرعاً يجب أن تساق إلى المشعر الحرام وليس في دولهم. وحجم الاستفادة منه.

٦,١,٥ المعلقات:

وهي وسائل تعريف كبيرة يستخدم من ضمنها العقد في الخلفية أو المنشور مع التركيز بخط كبير على رؤية المشروع (فكلوا منها وأطعموا البائس). والتحدث في جملة بسيطة أو جملتين هن هدف المشروع مثل :

(تأكد من إتمامك لنسكك بنحر هديك بالأسلوب السليم مع المشروع).

(ساعد المسلمين في الاستفادة من لحوم هديك تعاون مع المشروع).

(فقراء المسلمين لهم نصيب في لحم هديك (وأطعموا البائس الفقير) أذبح في المشروع)

(مشروع المملكة يوفر لك:

ذبيحة شرعية ... ويوصلها لمستحقيها).

(دعمك للمشروع يعنى فائدة لفقراء المسلمين)

(أليسوا هم أحق بها بدلا من تركها)

مع وضع صور توضح الذبح في المشروع وصور للمستفيدين من مختلف دول العالم.

وأن الذبح يجب أن يتم في المشعر الحرام ويساق الهدى إلى مكة المكرمة.

٦,١,٦ الفيلم:

وتكون مدته دقيقة واحدة يدور حول المستفيدين من المشروع ومراحل الذبح

داخل المشروع ويتحدث فيه معالي الدكتور أحمد على عن هدف المشروع. وتتكون من

العناصر التالية:

١. اختيار الذبيحة.

٢. الذبح بما يتفق مع الشرع.

٣. التوزيع لفقراء الحرم (وليس للمتعلقين حول المشروع) صور لأربطة مكة.

٤. التوزيع لفقراء المسلمين في مختلف دول العالم.

٥. أن الذبيحة يجب أن تساق وتذبح في المشعر الحرام.

٦,١,٧ شريط أوديو:

وهو شريط صوتي يركز على جوانب إيجابية في المشروع وخاصة النفع للحاج ولفقراء المسلمين مع التركيز على الآية القرآنية (وأطعموا البائس الفقير). وهذه الجوانب هي:

١. اختيار الذبيحة
٢. الذبح بما يتفق مع الشرع.
٣. التوزيع لفقراء الحرم (وليس للمتعلقين حول المشروع).
٤. التوزيع لفقراء المسلمين.
٥. دبلجة أصوات في الخلفية مهمة (للمواشي والدعاء من المستفيد).
٦. مع التركيز أن الذبح والهدى يجب أن يكون في المشعر الحرام.

٦,١,٨ اللغة المستخدمة:

لإنجاح السابق يجب أن تكون الأدوات السابقة بكافة لغات الحجاج وبدون استثناء من خلال ترجمة صحيحة وما يقابلها وليس بترجمة حرفية. وعادة ما يعنى ذلك استخدام تسعة لغات هي السائدة في الدول الإسلامية.

٦,٢ الوسائط المقترحة:

الفيلم والمنشورات والمطويات يقترح عرضها ونشرها في المواقع التالية وقبل دخول أو مع دخول وتواجد الحاج وقبل بدئه بالنسك:

١. سفارات المملكة حيث يتحصل الحاج على التأشيرة. (منشورات، معلقات، مطويات، وعقد الالتزام والفيديو والأديو)
٢. مع جوازات الحجاج (عقد الالتزام والمطوية).
٣. في الطائرات (عقد الالتزام والمطوية).
٤. في مركز استقبال الحجاج في المطارات (معلقات، فيديو، أوديو، منشورات، عقد الالتزام، مطوية).
٥. في مراكز التفويج (معلقات، فيديو، أوديو، منشورات، عقد الالتزام، مطوية).

٦. التلفزيون السعودي (فيلم الفيديو).

٧. الراديو (الشريط).

٨. حول المسجد الحرام والمسجد النبوي (معلقات، منشورات، ستاند).

ويجب إيضاح أن تأثير الصحف وحسب الدراسة غير مجدي ومكلف مقابل هذه الوسائط وبالمعلقات.

٧ ثانياً: استراتيجية احتواء المنافسة:

هناك جانبان للمنافسة الأول ويرتكز على بيع الذبيحة من صغار التجار والثاني القائمون بعملية تذكية الذبيحة. وكلاهما معا يمثلان عنصراً للمنافسة والاستراتيجية تركز على إلغاء دور الفئة الثانية مع السماح للأولي بالعمل والمنافسة وتحديد فائدتها من الذبح المباشر الرخيص.

٧,١ صغار التجار:

وتستند هذه الاستراتيجية على التركيز على جانب العرض وتحديد دور المنافسين خارج المشروع. من خلال استقطابهم وجعل عملية الشراء والذبح تتم تحت سيطرة المشروع ويسدد الحاج تكلفة الذبح. ويتم ذلك من خلال نقل المنافسة خطوة أعلى حيث يتم تخصص واحدة من المحازر المتوسطة (ثمانون ألف رأس (المعصم)) لصالح احتواء المنافسة. وتتم العملية من خلال تحديد واحدة من المحازر الثلاث التي يتم تشغيلها من قبل البنك وخاصة مجزرة المعصم رقم (١). ويؤجر كل واحد من المستأجرين الحاليين في المجزرة البديلة واحد من الحظائر الحالية التي يخزن فيها المتعهد لصغار التجار وأمام كل حظيرة يتم وضع كشك يتواجد فيه شخص من قبل البنك الإسلامي ومن قبل المؤجر. ويتجه الحاج الراغب في الشراء من التجار للمفاصلة وتحديد السعر للكشك ويتفق مع مندوب التاجر ويختار الذبيحة. ومن ثم يسدد لمندوب البنك قيمة وأجور الذبح والتخزين والنقل والتوزيع مع إعطائه الحق في الحصول على الذبيحة. ويتجه بعدها للساحة مع الذبيحة وتذبح أمامه كما يتم حالياً مع الوكلاء. والمساحة كافية لدخول الفرد وقيامه بالنسك هنا والطاقة مائة

ألف كافية لاحتواء المنافسة. ولكن يجب تنظيم حركة الدخول والخروج من المجزرة بصورة تضمن عدم الازدحام وسهولة الحركة.

فالمنافسة حاليا ومن خلال الذبح العشوائي وترك الذبائح تستفيد من فرق تقديم الخدمة وتباع المواشي بسعر أفضل. فالحاج يقارن السعر النهائي للذبيحة مع البنك (سعر البنك يعكس سعر الرأس مضاف له الذبح والتوزيع وخلافه). والتاجر يبيع الذبيحة بسعر أقل وعادة ما تكلف عملية الذبح ١٠ ريال فقط. وهنا يستطيع التاجر أن يكسب من تسعيره مع انخفاض كلفة الذبح بصورة أكبر.

٧,٢ المزيكين:

وبالنسبة للراغبين في العمل ولاحتواء الحاجة للعمالة يمكن أن نكون وظائف للجزارين المؤقتين يتم عرض وظائف مؤقتة في المجازر لهم في نفس الموسم. والهدف هو احتواء التنافس من قبل الجهتين المؤثرة والمعركة للبنك للقيام بدوره. ويمكن توجيههم للعمل في المجزرة من خلال توظيفهم للعمل وبسعر رمزي أو مكافأة وبأسلوب يختلف عن الأسلوب الحالي المستخدم من قبل البنك. وعادة ما يكونوا من الأفراد العاملين في المطابخ في منطقة جدة ومكة.

٨ ثالثا: استراتيجية توحيد الموردين:

ونهتم من خلال هذه الاستراتيجية بالقضاء على الضغوط الاحتكارية من قبل الموردين الحاليين نظرا لصغر حجمهم (ثلاثة أو خمسة إذا أضفنا متوسطي الحجم) من خلال إتاحة الفرصة للدول الإسلامية أعضاء البنك الإسلامي في الدخول في المناقصة بهدف زيادة حجم المنافسة وعدم قصرها على التجار المحليين نظرا لأن هدف المشروع غير ربحي وفائدته يجب أن تعم المسلمين.

٩ الاستنتاجات:

ويمكن تقسيم الاستنتاجات إلى أجزاء رئيسية هي كالتالي:

٩,١ المنافسة:

- أن أكثر أنواع الخرفان المتوفرة هي البربري والحري ويرجع ذلك إما لتفضيله عن غيره أو توفره بشكل كبير أو انخفاض سعره.
- تتراوح أسعار المواشي لدى أفراد العينة ما بين ٢٠٠ إلى ٤٠٠ ريال
- تتراوح متوسط أسعار الذبائح المشتراة ما بين ٢٦٠ - ٤٠٠ ريال.
- حددت نسبة من أفراد العينة المساهمة كصيغة للتعاون مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي .
- لا يقوم المشروع بعملية الذبح في أيام التشريق ويعتبر ذلك من أسباب عدم تعاون الملاك مع المشروع .
- لم يتم تحديد المصادر التي يحصل الملاك على المواشي منها .
- مواقع الحظائر التي يمتلكها أصحاب الحظائر في المجزرة البديلة تتركز في مواقع محددة كموقع الشرائع والعسيلة .
- هنالك نسبة كبيرة من أفراد العينة لا يمتلكوا احواش ويعتبروا تجار مواشي وليسوا منتجين .
- هنالك نسبة كبيرة من حجم العينة ترغب في التعاون مع المشروع وذلك ضمن صيغة محددة كالقيام باستيراد المواشي للمشروع أو القيام بالبيع من خلال المشروع.
- يرجع بعض أفراد العينة أسباب عدم التعاون مع المشروع وذلك لان المشروع يعتبر منافس خطير يؤثر على أعمالهم.
- يلاحظ أن هنالك نوع واحد من الماعز والذي يقوم المنافسون بتوفيره وهو الماعز البيشي.

٩,٢ المستهلك:

- ⊖ أكثر أنواع ذبح النسك انتشاراً هو الهدي ثم يأتي بعد ذلك الأضاحي.
- ⊖ عدم الاستفادة الشخصية من الذبائح من قبل نسبة كبيرة من الحجاج ويكون مصير الجزء غير المستفاد من معظمه ترك في مكان الذبح.
- ⊖ كثرة توافر مراكز الحصول على القسائم (الكوبونات) له دور كبير في تسهيل شراء الحجاج لهذه الكوبونات.
- ⊖ نستنتج بالنسبة للعلم بوجود المشروع إلى أن نسبة ليست بالقليلة لا يعلمون بوجود المشروع وممكن أن يرجع ذلك إلى عدم انتشار فروع للمشروع وليس هناك طريقة لإيصال المعلومات عن المشروع للحجاج لذلك يجب توعية ونشر إعلان عن أعمال المشروع ونتائجه وخدماته.
- ⊖ مستوى التعليم للحجاج ينحصر بين المستوى الثانوي والجامعي.

٩,٣ المشروع:

- ⊖ أسعار الذبائح في المشروع عالية مقارنة بالبدائل الأخرى.
- ⊖ إن من أكثر الأسباب عدم تفضيل الذبح من خلال المشروع عدم علمهم بوجود المشروع أو خدماته.
- ⊖ كانت للفتوى الشرعية بجواز توكيل المشروع عنهم في عملية ذبح النسك لها فاعليه جيدة في سلوك الحجاج بالتعامل مع المشروع.
- ⊖ من أسباب تفضيل الحجاج والتعامل مع المشروع توفير الجهد وسهولة الحصول على القسائم كذلك الفتوى الشرعية بالإضافة إلى مزايا المشروع الأخرى .
- ⊖ نجد أن أكثر مواقع الشراء من المجزرة ثم من الباعة المتجولين.
- ⊖ نسبة كبيرة من الحجاج لا يدركون البدائل المتاحة أمامهم للذبح.
- ⊖ نستنتج من الإجابات بان مشروع الافاده من لحوم الهدي والأضاحي ناجح ومقبول لدى كثير من الحجاج لكن هنالك مشكلة تتمثل في عدم معرفة الحجاج عن المشروع بنسب متفاوتة بين ٧% إلى ١٤% من حجم العينة عن المشروع والأعمال التي يقوم بها .

- هنالك طرق ذات فاعليه كبيره للتعرف على المشروع وهم المطوفين ورؤساء بعثات الحج.
- هنالك ما نسبته ٧% إلى ١٤% امتنعوا عن الإجابة على بعض أسئلة الاستبيان أو تجاهلوا لعدم معرفتهم بالإجابة.
- هنالك نسبة كبيره من الحجاج ذوي الجنسية التركية لا يعرفون بوجود المشروع وذلك يعود إما لتفضيلهم الذبح خارج المشروع أو لعدم معرفتهم بالمشروع.
- يرغب حجم كبير من أفراد العينة في التعاون مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي .
- يفضل الكثير التعامل مع المشروع ويرجع ذلك لسهولة الحصول على قسائم الذبح أو لتوصية الأصدقاء.
- يقوم المشروع بتوزيع لحوم الذبائح على الفقراء في الحرم كذلك على الفقراء في الدول الإسلامية الأخرى.
- يقوم معظم الحجاج بشراء نسكهم بأنفسهم والبعض يعتمد على أقرباء لهم أو بواسطة المشروع أو رئيس البعثة الحجية.
- يلاحظ أن معظم أفراد العينة من العاملين بالقطاع الخاص.
- يلاحظ أن نسبة كبيره من الحجاج الأتراك قد حجوا أكثر من مره.

١٠ التوصيات:

١. توفير مساحة قريبة من الحظائر وذلك لوضع المواشي التابعة لهم حتى يمكن تلبية طلبات الحجاج بأسرع وقت ممكن وبأقل تكلفة وجهد ممكنان
٢. إعطاء أولوية لتوعية الحجاج بأنواع الحج وعلاقته بالذباح.
٣. التركيز على توعية الحاج ببدائل الذبح المتوفرة ومزايا الذبح من خلال المشروع.
٤. الأخذ في الاعتبار عند تصميم حملات التوعية أن متخذ قرار الذبح هو الحاج، وان لرئيس البعثة تأثيرا هاما في القرار وبالتالي اعتبارهما المستهدفين من حملات التوعية.
٥. إعادة النظر في تحجيم المجاور (downsizing) و توسيع رقعتها الجغرافية لتشمل أكبر قدر من الحجاج.
٦. دراسة تصميم آلية تسيطر على سلبيات إلقاء مخلفات الذبح في مكان الذبح، وعدم الاستناد المطلق إلى عدم نظامية الذبح خارج المشروع. حيث أن الآليات الإلزامية لجهات الرقابة غير فعالة بدرجة كافية.
٧. إعادة النظر في آليات تقويم حملات تسويق خدمات المشروع في السابق، إذ توجد نسبة كبيرة من الحجاج ليس لديها أي علم بوجود المشروع.
٨. التركيز على وسائل الإعلام والإعلان الفعالة في موطن الحاج لإعلامه بالمشروع والإعلان عن خدماته وإيجابياتها.
٩. التركيز على إبراز التزام المشروع بالمواصفات الشرعية للذبح في اتصالاته الإعلامية والتسويقية.
١٠. ترويج فتوى جواز التوكيل للذبح لغرض زيادة المستفيدين من خدمات المشروع.
١١. تطعيم الحملات الإعلامية والتسويقية بمزيج من سلبيات الاعتماد على الذات وعلى الغير في الذبح خارج المشروع، كاستراتيجية ردع تساهم في تفعيل

الحملات الإعلانية والتسويقية لبعض الحاج الذي تكون درجة استجابتهم أسرع لهذا النوع من التصوير للواقع.

١٢. توضيح مبررات فوارق السعر بين الذبح من خلال المشروع والذبح خارج المشروع، لترشيد قرار الحاج الخاص بالذبح وجعله يميل إلى اتخاذ قرار الذبح من خلال المشروع.

١٣. توضيح ابتعاد المشروع عن الأهداف التجارية، وتركيزه على الأهداف السامية المرتبطة بقرار تأسيسه من خلال الحملات الإعلامية المركزة.

١٤. العمل على إشعار الحاج بأن ما ينعم به من إيجابيات التخلص من النفايات ودرء الأمراض المصاحبة لتلك النفايات هي في جانب كبير من أثار فعاليات المشروع.

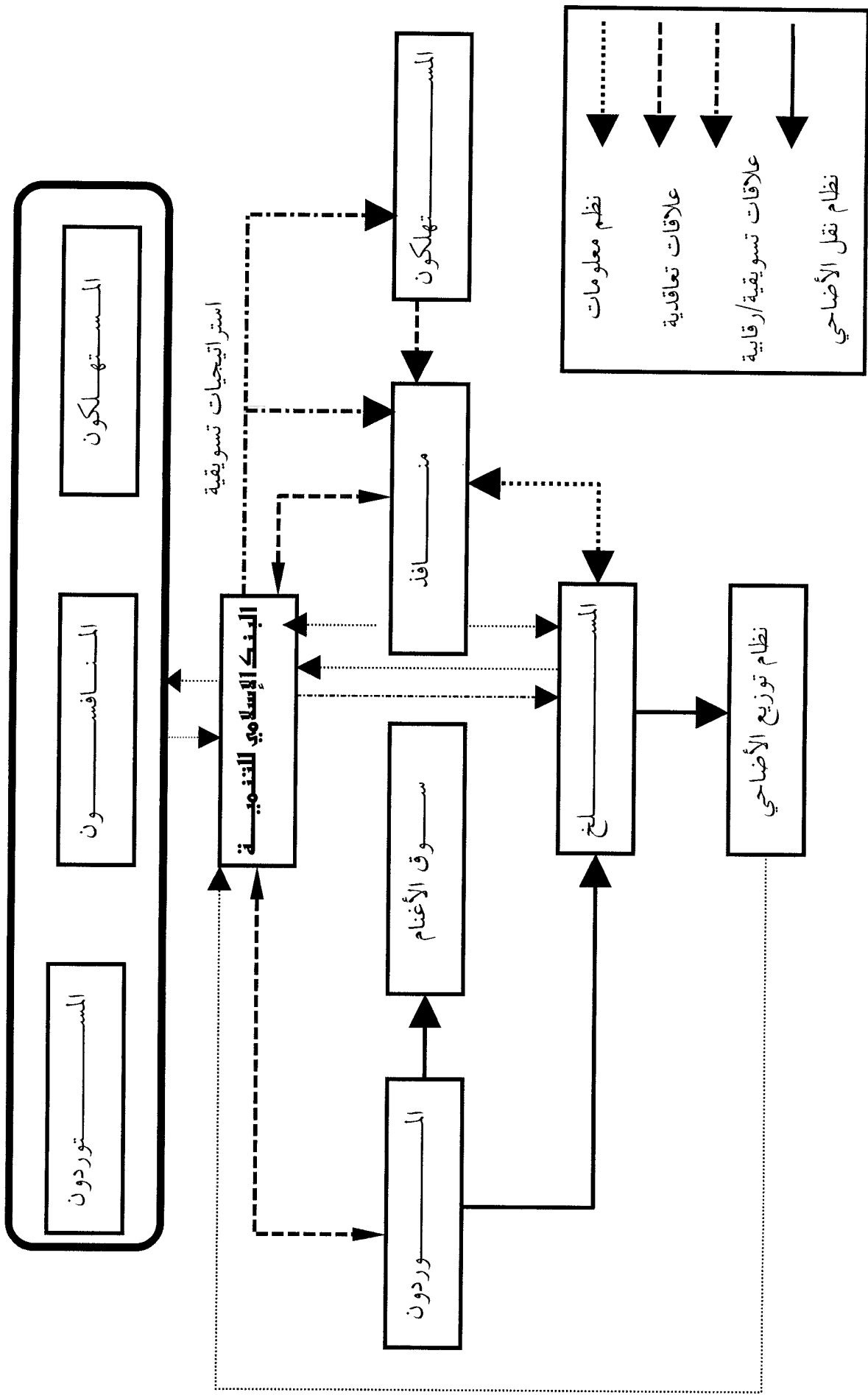
١٥. العمل على الاستفادة من كون معظم الحاج يقدمون بالطائرات والعمل على التواصل معهم في طائراتهم عن طريق الوسائل الإعلامية والترويجية.

١٦. الاستمرار في تسهيل مهمة توفير الكوبون للحاج، والنظر في البدائل التقنية، كالألات المشابهة لآلات الصرف.

١٧. العمل على زيادة فعاليات إلزام منع الباعة المتجولون، والذبح خارج المحازر.

١٨. توسيع نطاق عمل المشروع ليشمل أكثر من مجزرة.

دراسات السوق /



فهرس ا يات

الموضوع	رقم الصفحة
مقدمة:	١
المنافسة:	٢
٢,١ المجرة البديلة:	٢
٢,١,١ أنواع الذبائح المتوفرة لدى الملاك وكمياتها:	٣
٢,١,٢ نسبة امتلاك الاحواش ومساحاتها:	٤
٢,١,٣ عدد الحظائر الموجودة في مكة والمستأجرة:	٤
٢,١,٤ توافر خدمات الذبح للحاج وتكاليفها:	٥
٢,١,٥ التعاون مع مشروع المملكة:	٥
٢,١,٦ تأثير وجود مشروع المملكة:	٥
٢,١,٧ صيغ التعاون مع المشروع:	٦
٢,٢ كبار تجار المواشي:	٦
٢,٣ أطراف أخرى:	٨
٢,٤ مجزة الجمال:	٨
٢,٥ النتائج:	٩
تحليل المستهلك:	١٠
٣,١ جمع المعلومة قبل وبعد الحج:	١٠
٣,٢ طرق جمع المعلومات:	١٠
٣,٢,١ أنواع أدوات جمع البيانات:	١١
٣,٢,٢ العينة:	١١
٣,٣ نتائج المستهلك (الوكلاء):	١٦
٣,٣,١ أنواع الحج المحرم به وأنواع الذبائح التي ذبحت:	١٧
٣,٣,٢ عملية شراء الذبائح وأماكن ذبحها:	١٨
٣,٣,٣ التعامل مع مشروع المملكة للافاده من لحوم الهدي والأضاحي:	١٩

٢٠.....	٣,٣,٤ الأعمال التي يقوم بها المشروع ويشرف عليها
٢١.....	٣,٤ الاتجاه النوعي:
٢٥.....	٣,٥ نتائج المستهلك (الحاج):
٢٦.....	٣,٥,١ قبل الحج:
٤٢.....	٣,٥,٢ بعد الحج:
٦٠.....	٣,٥,٣ هل توجد فروق بين قبل وبعد الحج:
٦١.....	مقدمة:
٦٢.....	رسالة ورؤية المشروع:
٦٣.....	أولاً: استراتيجية المستهلك:
٦٣.....	٦,١ أدوات الاستراتيجية:
٦٣.....	٦,١,١ عقد الالتزام:
٦٥.....	٦,١,٢ كوبونات الذبح الزمنية:
٦٥.....	٦,١,٣ المنشورات:
٦٥.....	٦,١,٤ المطويات:
٦٦.....	٦,١,٥ المعلقات:
٦٦.....	٦,١,٦ الفيلم:
٦٧.....	٦,١,٧ شريط أوديو:
٦٧.....	٦,١,٨ اللغة المستخدمة:
٦٧.....	٦,٢ الوسائط المقترحة:
٦٨.....	ثانياً: استراتيجية احتواء المنافسة:
٦٨.....	٧,١ صغار التجار:
٦٩.....	٧,٢ المزكين:
٦٩.....	ثالثاً: استراتيجية تحيد الموردين:
٧٠.....	الاستنتاجات:
٧٠.....	٩,١ المنافسة:

٩,٢ المستهلك: ٧١

٩,٣ المشروع: ٧١

١٠ التوصيات: ٧٣

..... الملاحق:

.....

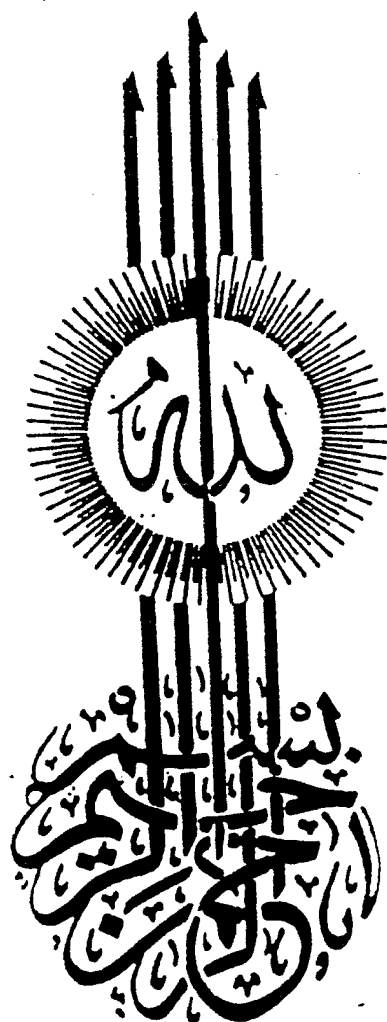
دراسة

السوق والمستهلك لسوق الهدى والأضاحي

٢٠٠٠ / ٦ / ١١ م

دراسة مقدمة للبنك الإسلامي للتنمية

٢٠٠٠ / ٦ / ١١ م



دراسة السوق والمستهلك لسوق الهدى

١ مقدمة:

يستهدف مشروع المملكة العربية السعودية للاستفادة من لحوم الهدى والصدقات والتي يؤديها الحاج لا تمام نسكه رغبة في إكمال أداء شعيرته الدينية والتقرب عز وجل لله بها. حيث يقدم حالياً المشروع خدمات للحاج تركز على هدف رئيسي هو الاستفادة الكاملة من لحوم الذبائح التي ينحرها الحاج والتي كانت لا يستفاد بالكامل منها وإيصالها لمستحقيها من فقراء الحرم مع توسيع دائرة المنفعة لتشمل فقراء المسلمين في مختلف مناطق العالم الإسلامي.

المشروع يستهدف خدمة الحاج من خلال تسهيل عملية نحر النسك وتوزيع اللحوم على المستحقين. وتتوفر للحاج حالياً عدد من الخيارات حيث يتواجد منافسين لتقديم خدمة الذبح والتي لا تقدم بنفس النوعية (من حيث توفر الشروط الشرعية) يضاف لها أن المنافسة لا تهم بتوزيع اللحوم وإيصالها لمستحقيها وترك الأمر في يد الحاج أو يقوم الجزار ببيعها بعد تركها له من قبل الحاج. وتستند المنافسة نتيجة لعدم تقديمها خدمات إضافية للاستفادة من الذبيحة على تخفيض السعر وعرض الذبيحة بسعر منخفض عن ما يقدم من قبل المشروع يضاف لها ثمن زهيد مقابل خدمة الذبح نتيجة لعدم قيام الجزار بسلخ وحفظ الذبيحة وإعدادها. الأمر الذي يجعل الحاج ينحرف ولا يفكر في النتائج والتي يجب على المشروع أن يظهرها في حملة الدعاية والإعلان والتوعية التي سيقوم بها البنك. وجعل المقارنة بين المشروع والمنافسة تستند على كافة الأبعاد.

ويعتبر مشروع المملكة العربية السعودية خيرى لا يستهدف الربح وإنما تغطية تكاليفه مع قيام الدولة أو البنك في حالة تواجد عجز بين الإيراد وتكلفة بتغطية النقص في الموازنة حيث يهتم المشروع بخدمة المسلمين ونظافة البيئة في الحرم.

ومن هذا المنطلق نتجه نحو دراسة عناصر السوق الخاص بالهدى والصدقات المستهلك (الحاج) والمنافسون بهدف بناء الاستراتيجيات التسويقية التي ستمكن المشروع من الوصول للطاقة القصوى إنتاجياً وتوعية المستهلك بالخدمات والفوائد من التعامل مع المشروع مقارنة بالمنافسة.

لتحقيق أهداف الدراسة أيضاً تم تصميم استبيانات موجهة للمنافسة للتعرف على اتجاهاتها ودرجة تأثرها (إيجاباً أو سلباً) بالمشروع، بالإضافة إلى محاولة معرفة مدى تميزها عنه والاختلاف في المنتجات الخاصة بالمشروع كما تمت دراسة كيفية احتوائها من قبل المشروع وأبعاد التعاون الممكنة مستقبلاً وجدوى ذلك اقتصادياً للمشروع. كما تم خلال نفس الوقت زيارة المجزرة البديلة للتعرف على التنظيم الحالي وأسلوب الذبح وتصرفات الحجاج والقائمين على الذبح وذلك بهدف تكوين تصور شامل للوضع الحالي للخدمة والمنافسة ولسلوكيات الداجين داخل المجزرة البديلة.

كما تم خلال نفس المرحلة زيارة المحازر البعيدة عن مجموعة المحازر داخل المشاعر وخاصة مجزرة العسيلة للتعرف على نوعية من يقوم بالذبح هناك وطبيعة النشاط الممارس ونوعية المنتجات المعروضة هناك.

المجزرة البديلة:

٢,١

إن أهمية اختيار العينة يؤدي إلى إيجاد التوازن بين المعلومات التي يتم جمعها وبين التي يهدف البحث إلى إيجاد إجابات وحلول لها. وقد تم اختيار هذه العينة كجزء مكمل للبحث حيث هدفتنا في هذه العينة على التعرف على المنافسين المباشرين. وقد تم إجراء هذه الدراسة على عينة مكونة من ٣٥ من ملاك الحظائر أو المستأجرين والذين يقومون بتوفير الذبائح للحجاج لموسم الحج والقيام بتقديم الخدمات لهم حيث نرى أن ما نسبته ٤٣% من الحجاج يقومون بشراء الذبائح من المحازر مباشرة ((مجموع المذبوح- البنك)) بمجموع المذبوح). هذا واحتوت قائمة الاستبيان على جميع الاستفسارات والتي يمكن من خلالها توفير معلومات وبيانات أكثر دقة وتفصيلاً بحيث يمكن على أساس هذه المعلومات إمكانية التوصل إلى نتائج.

والاستفسارات التي طرحت من خلال الاستبيان تشمل على تحديد أنواع الذبائح وعدد الحظائر المملوكة لأصحاب الحظائر والخدمات التي يقدمونها وأيضاً آرائهم عن

مشروع المملكة للإفادة والأعمال التي يقوم بها المشروع وتأثيرها على نشاطهم وإمكانية التعاون مع المشروع مستقبلا والصور المقبولة للتعامل.

٢,١,١ أنواع الذبائح المتوفرة لدى الملاك وكمياتها

تتوفر لدى الملاك نوعان من الذبائح الأغنام والخرفان، فالأغنام منها الماعز المصري والماعز البيشي وغير ذلك ونرى من الجدول رقم (١) أن الماعز المصري لا يتوفر لدى جميع الملاك الذين شملتهم العينة , بينما نجد أن الماعز البيشي يتوفر لدى كثير من الملاك وتصل نسبته إلى ٥٤,٣ % من حجم العينة وتراوح أسعاره إلى قسمين ٤٥,٧ % الأول سعره ٢٠٠ إلى ٣٠٠ ريال والباقي ٨,٦ % تصل أسعارها من ٣٠١ إلى ٤٠٠ ريال. والكميات المتاحة فنجدها تتراوح بين ٣٠٠ إلى ٣٠٠٠ رأس لكل حظيرة من الحظائر التي تعرضها على الحجاج.

النوع الآخر من المواشي هي الخرفان ولها عدة أنواع كالنعيمي والسواكي والحري والتركي والسوري والنجدي وغيرها . ونجد أن أكثر الأنواع المتوفرة لديهم هي البربري والحري. حيث نجد أن ما نسبته ٤٠ % من حجم العينة يتوفر لديهم البربري أما أسعارها فما نسبته ٢٦ % منهم تكون الأسعار لديهم ما بين ٢٠٠ إلى ٣٠٠ ريال وفي المقابل الباقي وما نسبة ١٤ % تتراوح أسعارها بين ٣٠١ إلى ٤٠٠ ريال. ويأتي بعد ذلك في الترتيب من حيث أعداد الحظائر الموفرة الحري وتبلغ بنسبة الحظائر ٣٧,١ % من حجم العينة وتقسم حسب فئات السعر بنسبة ١٤,٣ % منهم تتراوح أسعارها ما بين ٢٠٠ إلى ٣٠٠ ريال وما نسبته ١٧ % تتراوح الأسعار لديهم ما بين ٣٠١ إلى ٤٠٠ ريال وأما الذين تتراوح لديهم الأسعار بين ٤٠١ إلى ٥٠٠ ريال فنسبتهم تصل إلى ٥,٧ % وتتراوح الكميات المعروضة لدى الملاك (المستأجرين) من الخرفان الحري ما بين ٧٠ إلى ٢٠٠٠ رأس .

وأخيرا نجد الخرفان النجدية متوفرة لدى بعض الحظائر ولكن بكميات قليلة وتصل نسبة الحظائر إلى ٢,٩ % من حجم العينة وتتراوح سعرها ما بين ٤٠١ إلى ٥٠٠ ريال والكمية المتاحة لديهم تصل إلى ٥٠٠ رأس . وهنالك نسبة ٢٠ % من حجم العينة امتنعوا عن الإجابة أو التعاون في بعض المعلومات.

لإمكانية توفير الذبائح أول بأول يجب توفير مساحة قريبة من الحظائر وذلك لوضع المواشي التابعة لهم حتى يمكن تلبية طلبات الحجاج بأسرع وقت ممكن وبأقل تكلفة وجهد ممكنان . هذا ونجد أن الإجابات كانت عكس المتوقع حيث أجاب ما نسبته ٧٧,١% من حجم العينة بأنهم لا يملكون أحواش قريبة للحظائر وأما من يمتلكون الاحواش فتقدر نسبتهم بحوالي ١٤,٣% فقط وذلك من حجم العينة ونرى أن مساحاتها تتراوح ٢م١٢٠٠ إلى ٢م٦٠٠ . وهناك نسبة ٨,٦% من حجم العينة امتنعوا عن الإجابة انظر إلى الجدول رقم (٢).

الملاحظ ومن الجدول رقم (٣) أن ما يقارب من ٥٧,٢% من حجم العينة توجد لديهم حظيرة أو أكثر وبموقع أو أكثر من موقع (وذلك في عدة أماكن متفرقة بعيدة عن المشاعر) بل ويلاحظ أن الهدف من وجود الحظائر هو القيام بتربية المواشي ورعايتها فيها مما يعكس بعد إضافي تقوم عليه المنافسة وتعتبر العملية امتداد أفقي لها. في حين نجد أن ٣١,٤% من المالكين للحظائر يوجد لديهم موقع واحد فقط حيث يتركزوا في أماكن عدة منها العسيلة والشرائع والمجزرة. ونرى أن مساحاتها تتفاوت بين ٢٠٠ إلى ٢م٢٠٠٠ لكل حظيرة . بينما نجد أن نسبة ١٤,٣% من ملاك الحظائر يملكون موقعين في أماكن عدة منها المعيصم والشرائع والعسيلة ومساحاتها تكون ٢م١٠٠, ٢م٢٠٠, ٢م٢٠٠٠, ٢م٣٠٠٠.

وبالنسبة للذين يملكون ثلاثة مواقع أو أربعة مواقع فنجد أن نسبتهم تصل إلى ٢,٩% من ملاك الحظائر ونجد أن مواقعها بالطائف والشرائع. أما الذين يملكون ستة مواقع للحظائر فتصل النسبة إلى ٥,٧% من الملاك أما مواقعها بالعوالي أو عسير . وأخيرا نجد أن ما نسبته ٤٢,٨% من حجم العينة لا توجد لديهم حظائر .

توافر خدمات الذبح للحاج وتكاليها:

٢,١,٤

إن الهدف الرئيسي لملاك الحظائر (المستأجرين) هو توفير الذبائح للحاج، ولكن لا يقدموا خدمات للحجاج كالقيام بعملية الذبح. وما نلاحظ من الجدول رقم (٤) بأنهم لا يقوموا بتوفير خدمات الذبح ونسبة ٩٤,٢ في المائة من العينة. ويمكن أن يعود ذلك إلى انخفاض عائد الذبح أو عدم توفر جزارين متخصصين أو عدم توفر مكان جيد للذبح واحتياجهم للترخيص من البلدية في ظل عدم تواجد تنظيم ورخص لمن يقدموا هذه الخدمة. فقط نسبة صغيرة ٢,٩ في المائة تقدم خدمة الذبح وامتنع ٢,٩ في المائة عن الإجابة.

التعاون مع مشروع المملكة:

٢,١,٥

مشروع الإفادة يهدف لتقديم خدمات للحاج وتوفير احتياجاته بأقل سعر ممكن وبدون ربح ويعتمد على الموردين في توفير احتياجاته من الذبائح، في حين تهدف المنافسة لتحقيق الربح من خلال توريد أو تربية المواشي. لذلك نجد أن الموافقة على التعاون مع مشروع المملكة سيكون في إطار يخدم مصالحهم ولا يتعارض مع هدفهم الرئيسي الربح لتواجد تكامل بين الطرفين. وبالنظر في الجدول رقم (٥) نرى أن نسبة كبيرة من الملاك وتصل نسبتهم إلى ٦٥,٧% من حجم العينة لديهم الرغبة في التعاون مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدى والأضاحي. بينما نجد أن نسبة ١٧,١% من حجم العينة يرفضون التعاون مع المشروع وذلك لأسباب عدة منها عدم تعاون المشروع معهم أساساً في عملية الذبح ولا يقوم المشروع بالذبح في أيام التشريق علاوة على أنهم يعتبروا المشروع منافساً خطراً عليهم وأستهدف محاربتهم وقطع رزقهم. وأمتنع ما نسبتهم ١٧,١% من العينة عن الإجابة على هذا السؤال.

تأثير وجود مشروع المملكة:

٢,١,٦

يعتبر وجود مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدى والأضاحي مؤثر على الملاك ومن ثلاث نواحي هي: أولاً يؤثر على حجم العمل المتوفر لهم وثانياً إن المشروع مفيد للمسلمين لو أعطوا فرصة للتعاون معه وثالثاً إن المشروع مرتب لعملية الذبح وفضل

ولكن المطلوب التعاون معه. من خلال الجدول رقم (٦) نجد أن ٧٤,٣ % يرون أن المشروع أثر سلباً على حجم أعمالهم ويرى فقط ٨,٦ % من العينة يرون أن للمشروع فائدة للمسلمين (عدم الرضا عن المشروع مرتفع هنا من خلال عدد من أجابوا) في حين يرى ٨,٦ % أن المشروع مؤثر من جميع النواحي وأنه مفيد للمسلمين ومرتب لعملية الذبح وامتنع عن الإجابة ما نسبته ٨,٦ %.

صيف التعاون مع المشروع

٢,١,٧

نجد أن ما نسبته ٦٦ % من حجم العينة يرغبون في التعاون مع المشروع ولكن بصيغة تحكم التعاون فيما بينهم بحيث يمكن تلافي الاختلافات.

وقد تم تحديد عدد من الصيغ التي يمكن التعاون من خلالها في التالي:

١. توريد الأغنام والخرفان للمشروع.
 ٢. بيع الخرفان للحاج وتذبح للمشروع.
 ٣. البيع من خلال المشروع مع تحمل كلفة الذبح ووضعها مع السعر.
- هذا وقد تم أخذ آرائهم حول أفضل الصيغ للتعامل معهم ومن خلال الجدول رقم (٧) نجد أن ما نسبته ٢٢,٩ % من حجم العينة يرون البيع من خلال المشروع مع تحمل كلفة الذبح ووضعها في السعر كصيغة مناسبة للتعاون مع المشروع. بينما يفضل ١٧,١ % من العينة توريد الأغنام وخرفان المشروع. ويفضل ما نسبته ١٤,٣ % من العينة أن يتحول المشروع لشركة مساهمة ويتملكوا فيها. ويفضل ٨,٦ % من العينة على بيع الخرفان للحاج وبدوره يذبح في المشروع. ويرى ٨,٦ % التوريد للمشروع والبيع للحاج للذبح في المشروع. وتري نسبة ٥,٧ % من العينة البيع للحاج أو من خلال المشروع مع تحميل الثمن كلفة البيع. وترك ٢,٨ % من الملاك اختيار صيغة التعاون للمشروع في حين امتنع ٢٠ % عن الإجابة.

كبار تجار المواشي:

٢,٢

تتكون سوق الأغنام والخرفان (المواشي) في المملكة العربية السعودية من فئتين رئيسية من المتعاملين في السوق الأولى هي مجموعة من صغار المربين أو أفراد يقوموا بتربية

أنواع محددة لهذا الغرض طول العام علاوة على حصولهم على جزء من احتياجاتهم من الفئة الثانية وسبق وتناولنا توجهاتهم في الجزء السابق. ويدخل ضمن الفئة الأولى الشركات الزراعية المساهمة ولكن إنتاجها يوجه للسوق الاستهلاكية وليس للحج لارتفاع قيم خرفانها. والفئة الثانية وهي المحتكرة والأكبر قوة وتأثير في السوق وهم الموردين كبار التجار (المستوردين). وترتكز السوق على تربية نوعين من المواشي (تستورد أو تربي) النوع الفاخر مرتفع الثمن والذي لا يصلح للأضاحي والنوع الثاني متوسط الثمن (أغنام محليا تربي أو خرفان استيراد) مثل شركة المواشي والنويصر وشركتان متوسطتان. وتعتبر هذه السوق شبه احتكارية يحدد الأسعار والكميات فيها أربعة شركات ومؤسسات. وليس من السهولة توسعهم أو دخول المنافسة تجاههم نظراً للإمكانيات من الأصول المطلوبة للدخول في هذا المجال. يضاف لها حكر الاستيراد عليهم دون فتحه للدول الإسلامية القادرة على التوريد والمنافسة مثل تركيا وسوريا ودول المغرب العربي والسودان وغيرهم.

ولم يهتم البنك الإسلامي للتنمية فسخ المجال لصغار المربين والتجار المنافسة حيث يتم حكرها بسبب المناقصة وعرض الأسعار وتأمين الكميات على الكبار فقط. الأمر الذي جعل الكبار تسيطر على السعر المفروض على البنك ومن خلال تحويل المنافسة تجاه البنك وصغار المربين والتجار على المستهلك النهائي مع حصر دور البنك الإسلامي في تحديد السعر العام والبيع بسعر أقل لجذب المستهلك الحساس سعرياً أو الراغب في خدمة خاصة كالتأكد من القيام بالذبح لفروقات مذهبية. والمفروض أن يطور البنك عمله وينقل التنافس السعري لسوق الموردين (كبار التجار) من خلال توجيه صغار التجار والتعامل معهم مباشرة. وحالياً يعتبر السوق الحالي المغلق عالمياً والمفتوح لكبار التجار والموردين السعوديين نوع من المحتكر والمؤثر سلباً على القدرة على المنافسة والمعطل لرسالة البنك فيما يختص بالتسويق للمشروع من خلال الذبح وإيصال الذبائح لمستحقيها. ويتطلب الأمر من البنك تغيير الاستراتيجية الحالية وتطوير استراتيجية جديدة لزعزعة التركيبة الحالية وتطوير تركيبة جديدة من خلال احتواء المنافسة ونقل التنافس إلى سوق الموردين وكبار التجار وتكوين نوع من المنافسة فيه.

الجمعيات الدينية المحلية الخاصة بدول الحاج وترتكز في الحاج الماليزين ويمكن التغلب عليهم من خلال الإفادة والتركيز على الشرط الأساسي بعدم جواز ولا يجرى للحاج أن يذبح خارج الحرم وأن الفائض هو الذي ينقل للخارج والقيام الحالي بالذبح خارجاً فيه كسر جزء من الشريعة التي اشترطت أن يساق الذبح إلى المشعر الحرام ويذبح هناك ويتم ذلك من خلال الأدلة المطولة هنا والمنشورات في جزء تكون الإستراتيجيات.

أسلوب عملها الحالي يعتمد على تأجير مواقع للتجار ويتعامل المستهلك مباشرة مع التاجر. وتقدم خدمة الذبح فقط من قبل البنك الإسلامي وبتكلفة مرتفعة. وهناك ملاحظات وسلبات على الرغم من أن هذا النوع من التشغيل يعتبر الأفضل من حيث إتاحة الفرصة للمستهلك في اختيار الذبيحة وشرائها مباشرة ثم ذبحها. وهو اتجاه ينظر له على أنه التوجه الصحيح. والاستفادة من السلبات وترك عملية المنافسة الحرة بعد هام لخدمة المستهلك يجب أخذه في الاعتبار.

أولاً: التعامل مع المنافسة والسعر: يجار بعض الأشخاص لعدد من الحظائر أو الأحواش وتأجيرها من الباطن لمن يرغب في استخدامها كمنافذ للبيع بأسعار أعلى من القيمة التجارية التي يحددها البنك. الوضع الذي سينعكس على الحاج والاقتصاد الخاص بالقائمين على توفير المنتجات.

ثانياً: التعامل مع المنتجات: إساءة معاملة الحيوانات أثناء نقل الحيوانات إلى الحظائر أو نقلها إلى المجزرة وأهم مظاهر الإساءة هي ضرب الحيوانات بقسوة وربطها بسلك لسحبها إلى المجزرة. وهروب الحيوانات خارج الحظائر مما يعرض الحاج للمخاطر وكذلك الحركة الخاصة بالسيارات التي تنقل العاملين أو المقيمين في المجزرة.

ثالثاً: هدف البنك والمشروع: وجود قطع كبيره من اللحم ملقاة في أماكن متفرقة حول المجزرة أو قرب الأحواش بصورة تتعد عن هدف البنك حول الاستفادة من اللحوم للفقراء ونظافة البيئة.

رابعاً: سلوكيات العاملين: تدخين موظفي الأمن على باب المحررة ويتصاعد الدخان في وجه الحاج الذي يسأل ويستفسر عن أعمال الذبح وخلافه. عملية السلخ الآلي مما لا شك فيه توفر الوقت ولكنها تؤدي إلى تمزيق جلد الحيوان الذي يمكن أن يستخدم بعد ذلك في المصنوعات الجلدية وهذا التمزيق يقصر استخدام الجلود على صناعات مثل صناعة الأحذية مثلاً. العمل خلال هذه الفترة (الحج) مرهق جداً للجزارين والأطباء السيطريين ومبررات ذلك هو الضغط الكبير ولكم الكبير من الذبائح. ولاحظنا في صباح يوم الثاني عشر تجمع أعداد كبيرة من وكلاء الحجاج على باب إدارة البنك يطالبون بمقابلة رئيس البنك ويمنعهم من الدخول (موظف الأمن والسلامة بالإضافة إلى جندي) ويطالبون بجزء من ذبائحهم بحجة أنهم وكلاء عن حجاج اشتروا من ٧-١٠ بقرات أو جمل ولم يأخذوا شيئاً من ذبيحتهم أو حتى كبد وأنهم رأوا بأمر أعينهم أنها توضع في برادات أو توزع على الأفارقة ثم يرمونها ولا يعطون الوكلاء شيئاً منها وأنهم متضايقون من هذه العملية. وقد أفاد بعضهم بأن فيما معناه أن قوات المجاهدين تطردهم بالعصي لإبعادهم عن المحررة وبقسوة شديدة وسوء تعامل. وبكلامنا مع موظف الأمن الخاصة بالبنك أفاد بأنهم قد بلغوا المسؤولين في البنك ولم يعثوا لهم وأن هذه الزحمة أمام باب الجمال فقط.

النتائج:

٢,٥

المنافسة غير منظمة والسيطرة حالياً تتم من قبل كبار تجار المواشي في حين يسترشد الصغار بتسعير البنك الذي لا يهدف للربح وإنما لرسالة تهدف للاستفادة من لحوم الأضاحي والتحليل يركز بالتالي على تكوين وتطوير استراتيجية جديدة هي احتواء المنافسة ونقلها تجاه كبار تجار المواشي.

٣ تحليل المستهلك:

ونقصد بالمستهلك هنا الحاج والراغب في أداء نسكه من خلال ذبح الهدى أو التصديق بلحوم الذبيحة لفقراء الحرم أو فقراء المسلمين. وقد يكون الحاج فردا أو يمثل مجموعة كالوكيل عن مجموعة من الحاج لاستلام جزء من الذبائح كما يتم حاليا مع البنك الإسلامي للتنمية. وسيتم التركيز هنا على المستهلك (الحاج كفرد والوكيل للحصول على المعلومات عنه وعن تعامله مع المشروع ومدى درايته ومعرفته به.

٣,١ جمع المعلومات قبل وبعد الحج:

وسيتم جمع المعلومات قبل وإثناء أداء الحج وبعد الانتهاء من أداء الحج بهدف التعرف على مدى تواجد ما يغير وجهة النظر أو زيادة المعرفة عن المشروع أو الدوافع التي تجذبه للتعامل مع المشروع تمهيدا لبناء الاستراتيجية التسويقية للمشروع وجدوى التركيز الداخلي والخارجي. وسيساعد في حالة عدم وجود فرق في تصرفات ورؤيا الحاج قبل وبعد الحج على الحكم على عقم الوظائف الحالية التسويقية في إقناع أو تغيير رأي الحاج حول الذبح في المشروع من عدمه.

٣,٢ طرق جمع المعلومات:

سنعتمد في جمع المعلومات عن المستهلك (الحاج والوكيل) على ثلاثة أدوات الاستبيان (والذي سيتم استخدام نموذجين ليعكسا الوضع حول وقت دخول المستهلك للمملكة العربية السعودية وبقائه حتى الحج) وعلى المقابلة الشخصية وعلى أسلوب البحث النوعي.

تم استخدام أسلوبين لجمع المعلومات الأول هو الاستبيان والمقابلة الشخصية والثاني هو البحث النوعي. حيث ركزت المرحلة الأولى من الدراسة على تطوير الاستبيانات الخاصة بجمع البيانات وهي موجهة لثلاث فئات تمثل أطراف العلاقة في المشروع وهم الحجاج والمنافسة والوكلاء. وتم تدريب المساعدين على جمع المعلومات علاوة على كيفية إجراء البحث النوعي لفرد واحد فقط. في حين تم من خلال المرحلة الثانية جمع المعلومات أثناء موسم الحج وقام مركز أبحاث الحج بتفريغها وتم استبعاد بعض الاستثمارات التي لا تفي بالشروط وخاصة كونها متضاربة في الرأي.

العينة:

٣,٢,٢

تم جمع البيانات وتوزيع الاستثمارات لنوعين من الأفراد الحاج كفرد عادي وتم جمع عينة كبيرة وتحتوي كافة الجنسيات والوكلاء كطرف ممثل لمجموعة من خلال التواجد في المحازر وقت تسلمهم لجزء من الهدى وتوزيع الاستثمارات عليهم.

أولاً : الحاج:

٣,٢,٢,١

للتحقيق أغراض الدراسة فقد تم تقسيم الحاج إلى مجموعتين: الأولى وهي التي تبدأ من لحظة دخول الحاج إلى السعودية والثانية أثناء أدائه لنسك الحج وبعد الانتهاء منه أيضاً. وعادة ما يتم تفاعل الحاج مع المشروع في المرحلة الثانية ويتخذ فيها القرار حول الذبح في المشروع من عدمه. والهدف بالتالي من توزيع الاستثمارات قبل هو التعرف على مدى معرفة وإدراك الحاج بوجود المشروع وأهداف المشروع (وبعض المعلومات الأخرى ذات العلاقة) عند قدومه من بلده. والهدف من توزيع الاستثمارات في المرحلة الثانية والثالثة من أداء النسك هو التعرف على القرار المتخذ ومؤثراته. وقد تم ترجمة الاستثمارات للمراحل الثلاث إلى ثماني لغات هي التركية والفارسية والأوردو والفرنسية والإنجليزية والبنغالية والأوزبكية والملايو. وتمت تعبئة الاستثمارات تحت إشراف ومتابعة طلاب يجيدون هذه اللغات بهدف مساعدة الحاج الذين لا يجيدون القراءة والكتابة.

الجدول رقم: (٨)

عدد الاستثمارات التي تمت تعبئتها في مكة (المرحلة الأولى) قبل الحج

اللغة	العدد الكلي	مكة (قبل الحج)		
		مراكز التفويج	ساحات الحرم	المجمع السكني
العربية	٢٨٢	٧٠	٧	١٩٥
الإنجليزية	١٢٩	٠	٢٨	١٠١
الفرنسية	١٥٢	٠	٥٦	٩٦
الأوردية	١٣٥	٣	٠	١٣٢
البنغالية	١٢٩	٠	٠	١٢٩
الطاجيكية	٩٨	٠	٠	٩٨
الفارسية	١٧٧	٢	٧٣	١٠٢
الملاوية	١٢٨	٣٣	٢٩	٦٦
التركية	٦٦	٠	٠	٦٦
الإجمالي	١٢٨٦	١٠٨	١٩٣	٩٨٥

ونستعرض من خلال الجدول رقم: (٨) استثمارات الحجاج التي تم جمعها قبل الحج وللفترة الأولى والتي بلغت ١٢٨٦ استثمارة. حيث تم في هذه الفترة جمع الاستثمارات من مراكز التفويج وساحات الحرم وأماكن سكن الحجاج. وبلغ عدد الاستثمارات كالتالي:

- ١٨٠ استثمارة جمعت في مراكز تفويج الحجاج
 - ١٩٣ استثمارة جمعت في ساحات الحرم
 - ٩٨٥ استثمارة جمعت في أماكن سكن الحجاج
- وتم تغطية ٩ لغات يتحدث بها الحجاج.

الجدول رقم: (٩)

عدد الاستثمارات التي تمت تعبئتها في منى (المرحلة الثانية) أثناء الحج

اللغة	العدد الكلي	منى في أثناء الحج	
		المحازر	السكن
العربية	٦٦٧	٣٠	٦٣٧
الإنجليزية	٣٢٨	١٣	٣١٥
الفرنسية	٧١	٤٠	١٠٨
الأوردية	٢٢٩	٧٠	١٥٩
البنغالية	١٤٢	٤٤	٩٨
الطاجيكية	١٨٦	٦	١٨٠
الفارسية	٢٤٤	٣٦	٢٠٨
الملاوية	٣٥١	٥٥	٢٩٦
التركية	٢٣٣	٠	٢٣٣
الإجمالي	٢٥٢٨	٢٩٤	٢٢٣٤

ويحتوي الجدول رقم: (٩) على استثمارات الحجاج التي تم جمعها في منى أثناء موسم الحج وبلغت ٢٥٢٨ استثمارة. حيث تم جمعها في موقعين هما، المحازر وأماكن سكن الحجاج. وبلغ عدد الاستثمارات كالتالي:

- ٢٩٤ استثمارة جمعت حول المحازر البديلة (ليست بمحازر المشروع)
 - ٢٢٣٤ استثمارة جمعت في أماكن سكن الحجاج في منى
- وتم هنا تغطية تسع لغات.

الجدول رقم: (١٠)

عدد الاستثمارات التي تمت تعبئتها في مكة (المرحلة الثالثة) بعد الحج

مكة (بعد الحج)		العدد الكلي	اللغة
السكن	الحرم		
٠	٠	٠	العربية
٠	٠	٠	الإنجليزية
٠	٤٩	٤٩	الفرنسية
٠	٤٩	٤٩	الأوردية
٢٥	٠	٢٥	البنغالية
٣٢	٧		الطاجيكية
٤٧	٣٨		الفارسية
٩	٢٢	٣١	الملاوية
٦٤	٥٢	١١٦	التركية
١٧٧	٢١٧	٣٩٤	الإجمالي

ويحتوي الجدول رقم: (١٠) على استثمارات الحجاج التي تم جمعها في مكة المكرمة وبعد انتهاء موسم الحج وبلغت ٣٩٤ استثماراً لاستكمال أعداد الحجاج للمرحلة الثانية. وتم جمعها حول الحرم وفي أماكن سكن الحجاج. وكان توزيع الاستثمارات على النحو التالي:

- ١٧٧ استثماراً حول الحرم
 - ٢١٧ استثماراً في مناطق سكن الحجاج.
- وتم تغطية خمسة لغات في هذه المرحلة.

الجدول رقم: (١١)
أماكن تجميع الاستثمارات في مكة المكرمة ومنى

اللغة	العدد الكلي	إنتاجية الفرد	مكة (قبل الحج)			مكة (بعد الحج)		منى في أثناء الحج	
			التفويج	الحرم	السكن	الحرم	السكن	انجازر	السكن
العربية	٩٣٩	٢٣٥	٧٠	٧	١٩٥	٠	٠	٣٠	٦٣٧
الإنجليزية	٤٥٧	٢٢٨	٠	٢٨	١٠١	٠	٠	١٣	٣١٥
الفرنسية	٣٤٩	١٥٠	٠	٥٦	٩٦	٤٩	٠	٤٠	١٠٨
الأوردية	٤١٣	١٨٢	٣	٠	١٣٢	٤٩	٠	٧٠	١٥٩
البنغالية	٢٩٦	١٤٨	٠	٠	١٢٩	٠	٢٥	٤٤	٩٨
الطاجيكية	٣٢٣	٣٢٣	٠	٠	٩٨	٧	٣٢	٦	١٨٠
الفارسية	٥٠٦	٢٥٣	٢	٧٣	١٠٢	٣٨	٤٧	٣٦	٢٠٨
الملاوية	٥١٠	٢٥٥	٣٣	٢٩	٦٦	٢٢	٩	٥٥	٢٩٦
التركية	٣٥١	١٧٥	٠	٠	٦٦	٥٢	٦٤	٠	٢٣٣
الإجمالي	٤٢٠٨		١٠٨	١٩٣	٩٨٥	٢١٧	١٧٧	٢٩٤	٢٢٣٤

وتم تجميع هذه الاستثمارات في الجدول رقم: (١١) ليعطينا صورة شاملة للوضع حيث تم جمع ٤٢٠٨ استثمارة وبحجم يعكس أعداد الحجاج الوافدة حسب اللغات التي تتحدثها مجموعة الحجاج.

كما تم من خلالها أيضاً عمل بعض المقابلات مع بعض مجموعة من الحجاج وبعض الوكلاء وتم بالتالي أخذ معلومات إضافية وأعمق من السابقة وبتفاصيل أكبر ولها صلة مباشرة بسلوكيات الذبح. وستساعد على إلقاء الضوء على بعض التصرفات والسلوكيات التي تتم حالياً تجاه الذبح في المشروع وخارجه، فضلاً عن بعض الاقتراحات التطويرية للمشروع.

وهنا يمثل الوكيل ما مجموعه عشرة أفراد وأكثر من المستخدمين للمشروع وبالتالي يعتبر ١٤ فرد الذين تم جمع الاستثمارات عنهم يمثلوا وسيؤثروا على ١٤٠ شخص على الأقل ونتائجهم ستدعم نتائج الدراسة. وهم تقريبا الذين كانوا متواجدين وقت الذبح وفي صباح يوم ١٠ و ١١ من ذي الحجة.

نتائج المستهلك (الوكلاء):

٣,٣

الوكلاء وهو مصطلح ناجم من تنظيم قام به البنك حتى يقوم بتسليم مجموعة من الأفراد ذبيحة من الذبائح الكلية حتى يستفيدوا منها. وبالتالي هناك شخص يتسلم ذبيحة عن عشر ذبائح بموجب كوبون (توكيل محدد) وله الحق في حضور الذبح. ويعتبر الوكيل شخص مؤثر على من وكله ورجوعه بوجه نظر سلبية عن المشروع قد تؤثر على الموكلين وعلى الحجاج القادمين من نفس البلد لأنه وحسب النتائج يعتبر سماع ونصح من حج سابقا مؤثر على قرار من يليه ولذلك تم توجيه استمارات لهم وطلب منهم معرفة رأيهم مع ترك المجال لهم لإضافة ما يرونه مناسبا من آراء. وقد قاموا بإعطائنا معلومات من خلال الاستبيان الذي قدم لهم والذي يشمل آرائهم بما يتعلق بمناسك الحج الذي يؤدونه كذلك عن ذبائح الهدى والأضاحي. كما تم قياس مدى معرفتهم بمشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدى والأضاحي وعن أعمال المشروع وشرعيته.

تمت هذه الدراسة على ١٤ وكيلا من الحجاج (كل واحد يمثل أكثر من ١٠ أفراد منهم ٧ من الجنسية التركية و ٤ من الجنسية الفلسطينية وواحد من الجنسية المصرية واثان لم تحدد جنسياتهم. وهذا تقريبا يعكس الجنسيات التي تتعامل حاليا مع المشروع يضاف لهم حجاج الداخل السعوديين وكما سنرى نجد أن هناك نوع من الغياب التوعوي للحجاج حول تواجد المشروع.

وحول كون العينة أن معظم أفراد العينة من الحجاج غير المقيمين بنسبة ٥٦ % بينما كانت نسبة المقيمين ٧ % وفي المقابل امتنع عن الإجابة ٣٦ %. ويبلغ متوسط أعمار أفراد العينة بين ٣٥ سنة الى ٤٦ سنة انظر جدول (١٢) وجدول (١٧). مما يعكس تركيبة الحجاج حسب ما سنرى فيما بعد وعند تحليل الحاج الفردي.

الجدول رقم (١٧ ب) توزيع العينة

النسبة %	التكرار	الجنسية
٥٠ ,	٧	تركي
٢٩ ,	٤	فلسطيني
٧ ,	١	مصري
١٤ ,	٢	غير معروف

وعلى مستوى التعليم فنلاحظ أن ما نسبته ٣٥% من حجم العينة حاصلين على شهادات جامعيه ومقابل ٣٥% لديهم المستوى ثانوي أما الحاصلون على الإعدادي فنسبتهم ٧% ولم يجيبوا نجد أن نسبتهم ٢١% من العينة انظر جدول (١٣). الأمر الذي يعكس عمق المعرفة والإدراك والوعي لدى الوكلاء حسب العينة الصغيرة (عشوائية في توقيت أخذها).

بالنسبة لمرات الحج فهي كما يلي نسبة ٢١% منهم حجوا لأول مره ونسبة منهم ٢١% حجوا اكثر من ثلاث مرات أما الذين حجوا لأول مره فنسبة ١٤% وأيضا نفس النسبة ١٤% للذين حجوا مرتين أما الذين حجوا لأكثر من خمس مرات فنسبة ٧% وامتنع عن الإجابة ما نسبته ٢١% من أفراد العينة انظر جدول (١٦) .

وعن وسائل النقل التي قدم الحجاج بها إلى الأراضي المقدسة فيبلغ نسبة ٥٠% قدموا بالطائرة و ٢٩% استخدموا النقل برا بينما نسبة منهم ٢١% امتنعوا عن الإجابة انظر جدول (١٤). جهات العمل التي يعمل بها أفراد العينة فيلاحظ أن القطاع الخاص يحظى بالنسبة الأعلى ٣٥% بينما الأعمال الشخصية تأتي بعدها وذلك بنسبة ٢٩% بينما ٢١% يعملون بالقطاع الحكومي وامتنع عن الإجابة ما نسبته ١٤% انظر جدول (١٥). هذه نبذة موجزة عن أفراد العينة والتي تمت الدراسة عليهم.

٣,٣,١ أنواع الحج المحرم به وأنواع الذبائح التي ذبحت.

أن أكثر أنواع الحج شيوعا في أوساط الحجاج هو التمتع بنسبة ٧١% من الحجاج بينما هنالك نسبة ٧% من الحجاج مفردين ويلاحظ أن ما نسبته ٢١% منهم

الجدول رقم (١٧ ب) توزيع العينة

النسبة %	التكرار	الجنسية
٥٠ ,	٧	تركي
٢٩ ,	٤	فلسطيني
٧ ,	١	مصري
١٤ ,	٢	غير معروف

وعلى مستوى التعليم فنلاحظ أن ما نسبته ٣٥% من حجم العينة حاصلين على شهادات جامعية ومقابل ٣٥% لديهم المستوى ثانوي أما الحاصلون على الإعدادي فنسبتهم ٧% ولم يجيبوا نجد أن نسبتهم ٢١% من العينة انظر جدول (١٣). الأمر الذي يعكس عمق المعرفة والإدراك والوعي لدى الوكلاء حسب العينة الصغيرة (عشوائية في توقيت أخذها).

بالنسبة لمرات الحج فهي كما يلي نسبة ٢١% منهم حجوا لأول مره ونسبة منهم ٢١% حجوا اكثر من ثلاث مرات أما الذين حجوا لأول مره فنسبة ١٤% وأيضا نفس النسبة ١٤% للذين حجوا مرتين أما الذين حجوا لأكثر من خمس مرات فنسبة ٧% وامتنع عن الإجابة ما نسبته ٢١% من أفراد العينة انظر جدول (١٦) .

وعن وسائل النقل التي قدم الحجاج بها إلى الأراضي المقدسة فيبلغ نسبة ٥٠% قدموا بالطائرة و ٢٩% استخدموا النقل برا بينما نسبة منهم ٢١% امتنعوا عن الإجابة انظر جدول (١٤). جهات العمل التي يعمل بها أفراد العينة فيلاحظ أن القطاع الخاص يحظى بالنسبة الأعلى ٣٥% بينما الأعمال الشخصية تأتي بعدها وذلك بنسبة ٢٩% بينما ٢١% يعملون بالقطاع الحكومي وامتنع عن الإجابة ما نسبته ١٤% انظر جدول (١٥). هذه نبذة موجزة عن أفراد العينة والتي تمت الدراسة عليهم.

أنواع الحج المحرم به وأنواع الذبائح التي ذبحت.

٣,٣,١

أن أكثر أنواع الحج شيوعا في أوساط الحجاج هو التمتع بنسبة ٧١% من الحجاج بينما هنالك نسبة ٧% من الحجاج مفردين ويلاحظ أن ما نسبته ٢١% منهم

لا يعرفون أنواع الحج انظر جدول رقم (١٨). أما أكثر أنواع الذبائح التي تمارس في الحج فهو الهدى بنسبة كبيرة تقدر بـ ٩٣ % بينما نسبة ٧ % ذبائح الفدو انظر جدول رقم (٢١) .

٣,٣,٢ عملية شراء الذبائح وأماكن ذبحها .

يتم شراء الذبائح من أماكن متعددة كالباعة المتجولين أو من المجزرة أو من خلال مشروع المملكة للافاده من لحوم الهدى والأضاحي (بنك التنمية الإسلامي) أو من جهات مختصة أخرى لبيع الذبائح .

وقد لوحظ من عملية الاستبيان أن هنالك نسبة ٤٣ % يقومون بالشراء من المجزرة وأيضاً نفس النسبة ٤٣ % فيقومون بعملية الشراء من مصادر أخرى مختلفة (الكوبونات - المشروع - بنك الراجحي ...) وقد امتنع عن الإجابة ما نسبته ١٤ % انظر جدول رقم (٢٠). أن عملية شراء الذبائح لها مصادر مختلفة كالشراء شخصياً أو بواسطة قريب أو يقوم بذلك المطوف أو رئيس البعثة أو من خلال مشروع الافاده أو بواسطة حاج آخر أو غير ذلك. وحسب إجابات الوكلاء نجد أن ٣٦ % من الحاج يعتمدون على رئيس البعثة (الأترك) وأيضاً نفس النسبة ٣٦ % بواسطة مشروع المملكة للافاده من لحوم الهدى والأضاحي بينما ٢١ % يقومون بعملية الشراء بأنفسهم أما ٧ % فبواسطة حاج آخرون جدول رقم (٢٢). وهنالك إجماع من قبل أفراد العينة بأن من يقوم بعملية ذبح الذبائح هو مشروع المملكة للافاده. أما مدى الاستفادة الشخصية من الذبائح فهنالك ما نسبته ٥٧ % استفادة كليه أما ٤٣ % استفادة جزئية جدول رقم (٣٤). أما مصير الجزء غير المستفاد منه فيلاحظ عدم التحديد لعدم الإجابة بنسبة ٥٧ % أما ١٤ % فيقومون بترك الجزء غير المستفاد منه مكان الذبح أما ما نسبته ٢٩ % فلا يعلمون عنها انظر جدول رقم (٣٥).

٣,٣,٣

التعامل مع مشروع المملكة للافاده من لحوم الهدي والأضاحي

وستتطرق له من عدة زوايا تدور حول المعرفة بوجود وأعمال وتفضيل التعامل مع المشروع وسعر الذبائح وأخير رأيهم حول الأعمال التي يقوم بها المشروع. حتى نكون الصورة الكاملة حول المشروع والتعامل معه.

٣,٣,٣,١

المعرفة بوجود المشروع

هنالك وعي كبير بين الأفراد في معرفة المشروع وتقدر نسبة ٨٦% من الأفراد يعرفون عن المشروع بينما مانسبته ٧% لا يعرفون بوجود المشروع وقد امتنع عن الإجابة ما نسبته ٧% انظر جدول رقم (٢٣).

وقد تمت معرفة المشروع من خلال طرق عديدة كالجرائد والمطويات والمطوفين وبعثات الحج أو من خلال حجاج سبق لهم الحج ويلاحظ أن ما نسبته ٣٥% سمعوا عن المشروع من خلال أقرباء لهم سبق لهم الحج بينما يكون المطوف أو الدليل له التأثير الكبير على الحجاج لتعريفهم بالمشروع وأعماله وهذه نقطة مهمة يجب أخذها بعين الاعتبار أما ما نسبته ١٤% فقد تعرفوا على المشروع من خلال بعثات الحج أما بواسطة الجرائد فنسبتها قليلة ٧% كذلك عن طريق حجاج آخرون مانسبته ٧% وقد امتنع عن الإجابة ما يقدر بـ ٧% انظر جدول رقم (٢٤).

٣,٣,٣,٢

المعرفة بأعمال المشروع

هنالك تسأل من الحجاج عن الجهة التي تقوم بعملية الذبح وهل هي تراعي المواصفات الشرعية في الذبح فيلاحظ أن ما نسبته ٥٧% يدركون ذلك بينما ٤٣% ليس لديهم فكره عن أعمال المشروع والتي يقوم بها انظر إلى الجدول رقم (٢٥). بالنسبة لشرعية توكيل المشروع بالنيابة عن الحجاج فنرى أن نسبة ٩٣% يوافقون على هذا الرأي بينما مانسبته ٧% يرون عكس ذلك جدول (٢٦).

هنالك ما نسبته ٨٥% تفضل التعامل مع المشروع وذلك لأسباب منها الفتوى في شرعية التوكيل وأيضا السهولة في عملية الذبح وتوصية الأصدقاء وغيرها من مزايا يوفرها المشروع أما ما نسبته ١٥% فلم يجيبوا على هذا السؤال انظر جدول رقم (٢٧).

سعر الذبائح بالمشروع

٣,٣,٣,٤

هنالك نظرات متفاوتة حول سعر الذبائح وهو أن أسعار المشروع عالية بما نسبته (٣٦%) كذلك بان أسعار المشروع مقاربة مع المنافسة (٣٦%) وذلك مقارنة بأسعار الغير أما نسبة ٧% فتعتبر أن أسعار المشروع اقل من غيرها بينما هناك نسبة ١٤% لا يعرفون الأسعار خارج المشروع أما من امتنعوا عن الإجابة فيقدرن بنسبة ٧% انظر جدول رقم (٣١) وهنالك إجماع على أن أسعار الذبائح تقدر بحوالي ٣٥٠ ريال.

الأعمال التي يقوم بها المشروع ويشرف عليها

٣,٣,٤

يلاحظ أن ما نسبته ٢١% من أفراد العينة لا يعتقدون بان الحكومة تشرف على مشروع الإفادة من لحوم الهدى والأضاحي وذلك من خلال بنك التنمية الإسلامي بينما ٧١% يعتقدون عكس ذلك أما ٧% فامتنعوا عن الإجابة لعدم معرفتهم انظر جدول (٣٦). ويدرك كل الحاج أن توكيلهم للمشروع نيابة عنهم جائز . فيما يري ما نسبته ٨٦% من العينة أن هيئه شرعيه أجازت توكيل الحاج للمشروع بينما وعلى النقيض ٧% لا يعتقدون ذلك أما ٧% فلم يجيبوا على هذا السؤال حسب الجدول (٣٧).

ومن زاوية مراعاة المواصفات الشرعية من قبل المشروع يدرك ذلك ما نسبته ٧١% من الحاج بينما ما يوازي ٧% يشكون بذلك أما ٢٢% فامتنعوا عن الإجابة انظر إلى الجدول رقم (٣٩) . وهنالك مانسبته ٧١% من العينة يعلمون أن المشروع يشرف على نقل الذبائح ويقوم بتوفير جزارين مختصين أما ما نسبته ١٤% فيعترضون على ذلك ولا يعتبرونه صحيحا أما ما نسبته ١٥% فلم يجيبوا عن هذا السؤال جدول (٤١) و(٤٢). ويعتقد ما نسبته ٦٤% من العينة بشرعية تذكية الذبائح من قبل المشروع وهنالك مانسبته ٧% منهم لا يوافقونهم الرأي بينما لم يجيب مانسبته ٢٩% عن مشروعية التذكية أنظر الجدول رقم (٤٣).

هنالك نسبة كبيرة تقدر بـ ٩٣% يوافقون الرأي على أن المشروع ينظم عملية الذبح ويتخلص من النفايات بطريقة تحافظ على البيئة أما نسبة ٧% فامتنعوا عن الإجابة لعدم معرفتهم جدول رقم (٤٤). وأن ما يقوم به المشروع من أعمال خيرية بتوزيع لحوم الهدى والأضاحي على فقراء الحرم كذلك على فقراء الدول الإسلامية شيء ملموس ويدركه الحجاج بنسبة ٨٦% مع ملاحظة عدم إجابة مانسبته ١٤% من حجم العينة انظر إلى جداول رقم (٤٥) و (٤٦). هنالك ما نسبته ١٤% من حجم العينة لم يجيبوا على إجمالي الاسئلة عن المشروع نظرا لعدم معرفتهم بأماكن التوزيع ولعدم معرفتهم عن كامل أعمال المشروع.

٣،٤ الاتجاه النوعي:

تم التركيز هنا على بعد إضافي للقرب من الحاج وأخذ المعلومة مباشرة لتدعيم النتائج السابقة. حيث تم الجلوس مع مجموعة من الحجاج والجلوس معهم ومناقشة كافة القضايا التي تدور حول المشروع والتعامل مع الذبح من خلاله وما هي المحاذير. والهدف هنا هو تدعيم النتائج وليس إثباتها. ومع بعض الحجاج أشار البعض إلى أن مذهبهم يستلزم أنه يجب عليهم أن يذبحوا بعد الرمي وهم لا يعلمون متى سوف يذبح البنك عنهم واستحالة أن يبقوا في الإحرام حتى اليوم الرابع. ماذا يدريهم متى تزكت ذبيحته ليطمئن قلبه وهل ذبحت حقيقة أم لا. علاوة على أنه يريد أن يأكل من ذبيحته فماذا يعمل لو فرض أن البنك ذبح عنه إنه يأكل من ذبيحتي المخصصة لي أم من ذبيحة غيره. ويرى الحاج أنه من السنة أن يأكل ثلث ويهدي ثلث ويتصدق بثلث وهنا لا يمكنه تحقيق السنة. يضيف لها بأن بعض الأغنام والأبقار مخالفة للشروط الشرعية كما رآها البعض. حيث يستندوا على أنه ليس هناك اطمئنان بأن القائمين باللجنة الشرعية تتوفر فيهم الكفاءة العلمية والخبرة العملية. حيث أن الأموال التي يتقاضوها يمكن أن تجعلهم يتغاضوا عن مخالفات شرعية ويمكن أن تلخص في التالي:

١. لقاء الأموال التي يتقاضونها لأنهم يريدون أن ينتهوا من عملهم بسرعة.

٢. ومع كثرة ما يعرض عليهم يجعلهم لا يهتمون بالملاحظات.

٣. سمعنا (والله أعلم) أن الموظفين يبقون واحد والآخرين يذهبون إلى السكن بعد التوقيع باعتبارهم موظفين مميزين ولا يمكن مسائلتهم خاصة وأن المسؤولين خاضعين للرقابة عليهم.

٤. الأطباء البيطريين أغلبهم من الجنسية المصرية وحسب ما سمعنا والله أعلم أنهم يتقاضون أموالاً من أصحاب الحظائر ورأى بعض أخواي أنهم يجيزوا أغنام وأبقار مريضة واضحة للإنسان العادي للذبح فكيف بالله عليكم تريدوننا أن نذبح عن طريق المشروع. هذه شعيرة كلفتنا وقت ومال فكيف نفرط في هذه الأمور وهي مهمة جداً.

٥. الجزائريين لا يسمون ولا يكبرون عند الذبح ولا يدعون حسب الشروط الشرعية في الذبح هذا ما سمعناه ومرروا السكين عدة مرات تقريباً ستة مرات أو سبع مرات حتى يجري الدم ليدعوا البهيمة (نعتقد والله أعلم أنهم غير جزائريين وأنهم عينوا بواسطة الواسطة حيث أن أغلبهم وللأسف مصريين) ولا نعلم هل هم مسلمون أم لا.

٦. رأى بعض الوكلاء في مجزرة المعيصم بأنه أذن لصلاة الظهر والعصر والجزائريين مستمرين في الذبح وتقريباً ٩٠% منهم لم يصلوا ما هذا هل هم جزائريين مسلمين؟ فهل يسلّموا ذبائحهم لهم وهم الذين دفعوا عليها أموالاً وتكبدوا العناء لتأدية الشعيرة.

٧. رأى بعض الجزائريين أن الموظفين يعطون اللحم بطريقة بدائية (طريقة التكسير) مما يجعل الاستفادة من اللحم غير أمثل وبطريقة تثير التقزز من اللحم. الأولى أن يحضروا جزائريين محترفين يفصلون اللحم حسب المفاصل وهذا أسن ويعطى اللحم فائدة في الطبخ والموظفين في مراكز التوزيع يستخدمون سكاكين صغيرة جداً تستغرق منهم وقت طويل وأمامهم طوابير من طالبي اللحم وللأسف يعطون من بيته في جوار المركز (وهذا يعطينا ريبة في ما يلي :

♦ أن لحوم الهدى والأضاحي لا توزع لمستحقيها الحقيقيين وهذا واضح مثل الشم في كبد السماء ولو أمتنع موظف التوزيع عن إعطاء من أخذ سابقاً ما

حصل هذا الزحام المصطنع وأتى الفقير مستخدم اللحم للأكل وهذا هو الغرض.

◆ سمعنا والله أعلم أن سماسرة اللحم الذين يبيعون اللحم لمستخدميها للأكل يدفعون مالا لموظفي التوزيع لإعطائهم أكبر كمية من اللحم بل نشك أن يكون موظفي التوزيع شركاء معه السماسرة في هذه التجارة التي لا تكلفهم شيء حيث يجنون أرباح طائلة ويتقاضون رواتب من البنك بالإضافة إلى حجهم مجاناً مع البنك.

◆ يفضل استخدام سكاكين كبيرة ويجبذا كهربائية للحم ومنشار للعظام.
◆ مراكز التوزيع غير كافية وضيقة جداً وليس هناك رقابة حيث يمكن أخذ اللحم في ما بين مرحلة خروجه من السيارة المثلجة البراد وغرفة التوزيع الضيقة وهنا يحصل نوع آخر تجارة اللحوم من قبل مسؤولي التوزيع مع السماسرة.

◆ يا حبذا لو يكون هناك مراكز توزيع للحوم منتشرة في منى ومكة المكرمة خاصة في الأحياء الفقيرة مثل المسفلة وغيرها .

◆ وتكون هذا المراكز في مناطق ذات كثافة عديدة من جنسيات الحجاج ذات متوسط الدخل والمنخفض.

وأن تكون الرقابة كما يلي:

◆ يتم تسليم السيارة المثلجة مثلاً ٢٠٠ رأس من الغنم بموجبه محضر تسليم ثم أصل وعدة صور ويقع السائق على استلامه في الأصل ويخطط بصورة من التسليم في المركز التسليم موضحاً فيه مركز التوزيع بالوقت والتاريخ.

◆ يقوم السائق بتوصيل الشحنة إلى مركز التوزيع .

◆ يقوم المسئول عن مركز التوزيع باستلام الشحنة بالعدد ونوع الذبيحة بحضور مسئول الرقابة عن التوزيع ويوقع مسئول الرقابة بأن جميع اللوم في الشحنة أدخلت مركز التوزيع.

◆ يكون دور مسئول الرقابة هو ضمان عدم خروج أي ذبائح من باب غرفة التوزيع وأن التوزيع قد تم من خلال نوافذ التوزيع للطابور من قبل مسؤولي

التوزيع مع فصل بين مرجع مسئول التوزيع وممثلي الرقابة على المركز الذي يكون دوره تسجيل أي ملاحظات على مخالفات التسليم والتوزيع.

♦ إن توزيع مراكز التوزيع في أماكن متعددة في منى سيحقق عدة أهداف للمشروع وسيساعد على زيادة كمية اللحم الموزعة داخل منطقة الحرم. وبالتالي وصول اللحم إلى مستحقيه المباشرين الذي سوف يستخدمونها في الأكل.

♦ التقليل أو الحد من تجارة سماسة اللحوم الملتفين حول المجازر وخاصة من الفئات التي لا تراعي الشروط الصحية في اللحوم.

♦ التقليل من حدوث حالات التسمم نتيجة تحلل اللحم المعرض للشمس من قبل سماسة اللحوم من فك حالات الزحام التي يسببها المتجمعون حول المجزرة مما يسهل عملية الدخول والخروج من المجزرة.

♦ يساعد على زيادة المحافظة على البيئة حول المجازر مما يسببه سماسة اللحوم من أخذ اللحم وترك كميات من العظام مكشوفة للتعفن نتيجة التحلل العضوي.

♦ لوحظ ترك الأبقار والجمال تجري بين العمال والحجاج والموظفين مما قد يسبب حوادث للحجاج والعاملين ومنها ما سببته من حالة كسر نتيجة نطح ثور لعامل نقل على أثرها بالإسعاف إلى المستشفى إن ترك الجمال والأبقار بدون قائد وتجري في الممرات المخصصة للحجاج فيه خطر عظيم على صحة الحجاج وهناك من حالات هروب لبعض الجمال من مشتريها من الحجاج خارج منطقة المشروع.

♦ كثرة ما يلاحظ من قيام بعض الجزارين بالتدخين أثناء عملية الذبح في الجرة وهذا مخالف للشروط الصحية الواجب اتباعها داخل المجزرة الأفضل أن يصدر تعميم عدم التدخين داخل المجزرة أ، عدم استخدام جزارين مدخين.

♦ كثرة ما يلاحظ أن السيارات من نوع ونيت الحاملة للمخالفات الحيوانية من كرش وأوساخ تعبا في الطرقات ما بين المجزرة ومبنى الإدارة وسكن الموظفين والحظائر مكشوفة وهذه سبب تلويث للبيئة وتكون أثناء تنقلها في

طرقات المشروع مكشوفة ما يصدر عنها روائح كريهة وما يتساقط عل الطرقات من مياه والمخلفات الحيوانية ودماء مما يسبب في وسخة هذه الطرقات.

◆ الحظائر وخاصة حظائر الجمال والأبقار لا تنظف من المخلفات الحيوانية (روث) ونتيجة بقائها عدة أيام بدون نظافة مع اختلاط الروث بالماء والبرسيم تصدر روائح كريهة تجعل البقاء للحاج أو المرور بين الحظائر أمراً صعباً.

◆ نستخدم هذه الطريقة ن قبل المستأجرين لعملية اختصار عملية تسويق بمائهم من حيث أن صدور هذه الرائحة لا تعطي الحاج الفرصة للمساومة (لا جدال في الحج) أو لمعرفة الأسعار بين الحظائر. لاختيرا البهيمة الجيدة ذات السعر المعقول.

◆ لوحظ عدم تغير الأطباء البيطريين بين الحظائر حيث أن الطبيب نفسه في جميع الأيام يعمل على حظيرة واحدة وهذا كون نوع من الصداقة بين صاحب الحظيرة والطبيب وكذلك موظفين التوزيع خلال أيام التوزيع لا يغير توزيعهم بين مراكز التوزيع وهذا ينشئ جو تعاقد بينهم والسماسة الأفضل ألا يعمل الطبيب البيطري أكثر من فترة في حظيرة واحدة وألا يعمل موظف التوزيع أكثر من يوم واحد في مركز توزيع معين.

◆ يلاحظ عند عقر الجمال عدم ربطها وهذا شوهة في أكثر من موقع مما قد يسبب هيجانها وهي تعقر وتسبب أخطار على الجزارين.

◆ يحصل تسرب للحوم خاصة في مجزرة الجمال والبقر في مرحلة ما بين المجزرة وسيارة النقل إلى التلاجة الرئيسية.

◆ يلاحظ تقطيع اللحم من سماسة اللحم في داخل المجزرة والمساحات المخصصة للبنك دون أي رقابة أو مسألة من موظفين البنك.

◆ لوحظ من مقابلات أصحاب الحظائر في مجزرة البديلة أنهم يقدمون للحجاج أغنام هزيلة ومريضة دون مسألة من المشرفين على رقابة من أمانة العاصمة.

سنتناول من خلال الطرح هنا الاستثمارات التي وزعت قبل وبعد الحج والهدف هو التعرف على درجة تأثير تركيز البنك محليا في الدعاية والإعلان وأيضا معرفة مدى إلمام الحاج بالمشروع قبل دخوله المملكة العربية السعودية. نظرا لأن هناك اختلاف بين كون الحاج لا يعرف عن المشروع شئ ومع تواجده في السعودية ومعرفته للتعرف إن كان هناك فرق أو لا يوجد فرق.

قبل الحج:

٣,٥,١

تم عمل الدراسة على عينة مكونة من ١٢٣٠ شخص من لحجاج منهم ١٧١ مقيم أي ما نسبته ١٣% من المقيمين بينما هنالك ١٠٥٣ قادم من خارج المملكة بنسبة تصل إلى ٧٩,٨% وامتنع عن الإجابة على هذا السؤال ٩٦ شخص ممن شملهم الاستبيان حسب الجدول رقم (٧٧).

وقد قام فريق العمل بتوزيع استمارات الاستبيان عليهم وتم جمع المعلومات من خلال الاستبيان كما تم قياس مدى معرفة الحاج بمشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي والأعمال التي يقوم بها وشرعيته من وجهة نظر الحاج. وكذلك نرى من الاستبيان أن معظم أفراد العينة الذي شملتهم الدراسة هم من الذكور بمعدل ٨٣% من العينة بينما هنالك ١٠% من العينة من الإناث حسب الجدول رقم: (٧٨).

ولقياس مستوى التعليم للأفراد لقياس الإدراك المعرفة لديهم وتحديد أسلوب الدعاية والإعلان ونشر الوعي. فمن خلال العينة التي شملتها الدراسة نجد اختلاف في مستوى التعليم لدى الأفراد ومن الجدول رقم (٧٩) يتضح أن ٦,١% من عينة الحاج مستوى تعليمهم بدرجة الدكتوراه أما من هم حاملين لدرجة الماجستير فتصل نسبتهم تصل إلى ١٢% من حجم العينة أما الجامعيين فنسبتهم تصل ٢٨,٦% من الحاج و ٢٠,٨% من الأفراد حاصلين على الثانوية أما من مستواهم أقل من الإعدادي فتصل نسبتهم إلى ٢١,٤% من حجم العينة ولم يجب ما معدله ١١,١% من العينة.

وبالنسبة لوسائل النقل التي استخدمها الحجاج للوصول إلى الأراضي المقدسة يتضح لنا من الجدول رقم (٨٠) فترى أن معظم الحجاج قد قدموا إلى الأراضي المقدسة جواً وتصل نسبتهم ٧٣,١% من حجم الحجاج بينما ما نسبته ١٦,٩% قد وصلوا براً وأما عن طريق البحر فتصل نسبتهم إلى ٤,٢% من الحجاج وقد امتنع عن الإجابة ٥,٨% من حجم العينة.

ونلاحظ من الجدول رقم (٨١) أن جهات عمل الحجاج تختلف فنجد أن منسوبي القطاع الحكومي من أفراد العينة تصل نسبتهم إلى ٣٢,٧% من الحجاج أما القطاع الخاص فنجد أن نسبتهم تصل إلى ٣٠,١% من الأفراد أما ٢٩,٨% فيعملون لحسابهم الشخصي بينما نجد من الاستبيان أن ٧,٥% قد امتنعوا عن الإجابة.

ونلاحظ من الجدول رقم (٨٢) نجد أن نسبة كبيرة من أفراد العينة لم يقوموا بالحج قبل ذلك وتصل نسبتهم ٦١,٣% أما عن الذين قاموا بالحج قبل ذلك فمن الممكن تقسيمهم إلى فئات:

- ◆ ومن قاموا بالحج لمرة واحدة وتصل نسبته إلى ١٨,٣%.
- ◆ ومن أدوا الحج مرتين وتصل نسبتهم ٨,٨%.
- ◆ ومن أدوا فريضة الحج من ثلاث مرات إلى خمس مرات وتصل نسبتهم إلى ٤,١%.
- ◆ من قاموا بأداء الحج أكثر من خمس مرات فتصل نسبتهم إلى ٣,٤% من الحجاج.
- ◆ وقد امتنع عن الإجابة على هذا السؤال ٤,٢% من الحجاج.

بالنظر والجدول رقم (٤٧) ونجد أن أنواع الحج المحرم به ثلاثة أنواع وهي التمتع والأفراد والقران ونجد أن أكثر أنواع الحج المحرم به من قبل الحجاج هو التمتع وذلك بمعدل ٧٢,٢ % من الحجاج بينما نرى الأفراد كنوع من الحج يحرم به يأتي بعد ذلك ونسبته تصل إلى ١٢,٧ % من الحجاج ثم يأتي بعد ذلك ٨,٨ % من الحجاج محرمين للحج بالإقارن ونلاحظ أن هناك نسبة ٤,٣ % من الحجاج لا يعلمون عن أنواع الحج بينما امتنع عن الإجابة ٢ % من الحجاج. أما بالنسبة لأنواع الذبائح فنجد أن منها الهدي والأضاحي أو الفدية أو الصدقة ومن الجدول رقم (٥١) نرى أن ما نسبته ٤٤,٢ % من الحجاج يمارسون في الحج الهدي ويمارس الفدية (يقوم بها) ٧,٥ % من الحجاج أفراد العينة ونرى أيضاً من الجدول أن ما نسبته ٤,٢ % من الحجاج يقومون بالصدقة أما من امتنع عن الإجابة فيعادل ٥,٤ % من حجم العينة المستهدفة في هذا البحث.

نلاحظ من الجدول رقم (٨٩) للربط بين أنواع الحج البدائل المتاحة للذبح أن الذين يملكون فكرة عن البدائل المتاحة أمامهم لعملية الذبح قليل وقد وجدنا التالي:

- ♦ أولاً المحرمين بالإفراد نجد هناك ٢,٦ % حاجاً كانت فكرتهم إيجابية في حين كان ٨ % حاجاً ليست لديهم أية معلومة أو فكرة عن البدائل المتاحة للذبح وامتنع عن الإجابة من هذه الفئة ٢,٤ % حاجاً.
- ♦ ثانياً: المحرمين بالقران: كان ١,١ % حاجاً أجابوا بنعم في حين كانت الإجابة السلبية من ٦,٨ % حاجاً وذلك بعدم معرفتهم بالبدائل المتاحة أمامهم للذبح ولم تكن هناك إجابة من ٠,٨ % حاجاً.
- ♦ ثالثاً: المحرمين بالتمتع: نجد أن نسبة كبيرة منهم لم تكن لديها أية فكرة عن البدائل المتاحة للذبح وتقدر بـ ١,١ % حاجاً في حين كانت إجابة ١٥,٢ % حاجاً بأنه توجد لديهم فكرة عن بدائل الذبح وأمتنع عن الإجابة من هذه الفئة ٥,٩ %.

♦ رابعا: أما المجموعة التي لا تعلم الحج الذي أحرمت به فكانت نسبة الحاج الذين يعرفون عن البدائل المتاحة للذبح قليلة جداً وبلغت ٠,٨% فردا في حين من قال بأنه ليست لديه أية فكرة ٢,٨% حاجاً ولم يجب منهم على هذا السؤال ٠,٨% حاجاً.

نستنتج من الجدول رقم: (٩٠) الذي يربط بين أنواع الحج ومكان شراء الذبيحة نجد ما يلي:

♦ المحرمين بالإفراد: أجاب ٢,٢% منهم بأنهم يشترون ذبائحهم من الباعة المتجولين و ٤,٨% حاجاً من المجزرة و ١,٩% حاجاً من مكان آخر دون تحديد وامتنع من هذه الفئة عن الإجابة ٣,٦% حاجاً.

♦ المحرمين بالقران: أفاد ٢,٢% حاجاً بأنهم يشترون ذبائحهم من الباعة المتجولين و الذين يشترون من المجزرة كان عددهم ٣,٨% حاجاً و ٠,٨% حاجاً من أماكن أخرى ولم يجب على هذا السؤال ٣,٦% حاجاً.

♦ بالنسبة للتمتع: يرى ١١,١% بأنهم سوف يشترون ذبائحهم من البائعة المتجولين و نسبة كبيرة منهم والبالغة ٣٤,٦% أفادت بأنها سوف تشتري من المجزرة و ١٠,٣% من أماكن أخرى وامتنع عن الإجابة من هذه الفئة ١٦,١% حاجاً.

♦ المجموعة التي لا تعلم نوع الحجم المحرمين به فقد قال ١,١% منهم بأنهم سوف يشترون من الباعة المتجولين و ٣,٦% منهم من المجزرة و ٠,٤% من أماكن أخرى ولم يجب من هذه المجموعة ١,٢% حاجاً.

ونجد في الجدول رقم: (٩١) والذي يقوم بالربط بين أنواع الحج وأماكن الذبح نجد ما يلي:

♦ المحرمين بالإفراد: أن ٣,٧% حاجاً منهم سوف يذبحون ذبيحتهم في إحدى المحازر الرسمية و قال ١,٣% حاجاً بالقرب من المخيم في حين أفاد ٣,٦% حاجاً بأنهم سوف يعملون توكيلاً للذبح وقال ١,٢% منهم بأنهم سوف يذبحون في مكان آخر وامتنع ٢,٩% حاجاً عن الإجابة.

♦ أما المحرمين بالقران: فأفاد ٢,٦% حاجاً منهم بأنهم سوف يذبحون في المجازر الرسمية وكان ١,٤% حاجاً قد قالا بأنهم سوف يذبحون قرب المخيم وأجاب ١,٨% حاجاً بأنهم سوف يعملون توكيلاً و ٠,٧% حاجاً في مكان آخر و ٠,٢% حاج لم يجيبوا على هذا السؤال.

♦ أما المحرمين بالتطوع: فكانت نسبة كبيرة منهم بلغت ٣٣,٧% حاجاً قد أجابت بأنها سوف تذبح في المجازر الرسمية و ١٠,٨% حاجاً قرب المخيم ونسبة كبيرة منهم بلغت ٢١,١% قالت بأنها سوف تعمل توكيلاً و ٢,٨% حاجاً قالوا في مكان آخر ولم يجب على ٣,٩% حاجاً على هذا السؤال.

♦ أما الفئة التي لم تحدد نوع الحج الذي تحرم به: فكانت إجابة ٣,٦% منهم بأنهم سوف يذبحون في المحزنة و ٠,٤% حاجاً قرب المخيم و ١,١% حاجاً سوف يعملون توكيلاً و حاجان في مكان آخر ولم يجب ٠,٩% منهم على هذا السؤال.

معرفة البدائل المتاحة للذبح وشرائها:

٣,٥,١,٢

من الجدول رقم (٤٨) نستنتج أن هناك نسبة تبلغ ١٩,٧% من العينة الذين شملتهم الدراسة لا يعلمون عن البدائل الأخرى المتاحة للذبح بينما ٦٩,٧% من الحجاج لديهم فكرة عن البدائل المتاحة للذبح ولم يجب على هذا السؤال ٩,٦% ممن شملهم الاستبيان. نرى أن القيام بشراء الذبائح لا يقتصر على مكان محدد بل إلى عدة أماكن متفرقة منها المجازر المنتشرة أو الباعة المتجولون أو من مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي وغيرها.

والملاحظ أن معظم الحجاج يقومون بشراء ذبائحهم من المجازر ويتضح ذلك من خلال الجدول رقم (٤٩) حيث تصل نسبتهم إلى ٤٦,٩% من الحجاج بينما نجد أن الذين يقومون بشراء الذبائح من خلال الباعة المتجولون تصل نسبتهم إلى ١٧% من الحجاج بينما بلغ ما معدله ١٣,٤% من الحجاج يشترون من مصادر أخرى وقد امتنع عن الإجابة ٢٢,٧% من حجم العينة المستهدفة في هذا البحث الميداني.

- نستطرق بعد ذلك في هذا البحث إلى عملية شراء الذبائح فنجد أن لها مصادر مختلفة ومن الجدول رقم (٥٢) يتضح لنا طرق شراء الذبائح وهي كما يلي:
- ◆ هناك ما نسبته ٣٥,٢ % من الحجاج يقومون بشراء الذبائح شخصياً.
 - ◆ ونسبة ١٨,٤ % من الحجاج يشترون بواسطة رئيس البعثة.
 - ◆ ويقوم ٦,٧ % بشراء الذبائح بواسطة قريب.
 - ◆ ويصل من يشترون بواسطة المطوفين ما يقارب ١٢,٣ %.
 - ◆ ونرى أن الذي يتعاملون مع مشروع الإفادة تصل نسبتهم إلى ٩,٥ % من الحجاج.
 - ◆ ونجد أن معدل ١,٤ % من الحجاج يقومون بالشراء بواسطة حاج آخر
 - و ١,٢ % يقومون بالشراء بواسطة أشخاص آخرين غير الحجاج.
 - ◆ الذين لم يجيبوا على السؤال ٥,٣ % من الحجاج.

أماكن ذبح الذبائح وكيفية التخلص من بقايا الذبيحة

٣,٥,١,٣

نظراً للمساحة الكبيرة التي ينتشر فيها عامة الحجاج في الأراضي المقدسة وذلك للتخيم وممارسة مناسك الحج مما يؤدي ذلك إلى تعدد واختلاف أماكن ذبح المناسك من هدي وأضاحي بالنظر إلى الجدول رقم (٥٠) وجدنا ما يلي:

وأكبر عدد من الحجاج يقوموا بذبح نسكهم في المحازر الرسمية وتصل نسبتهم إلى ٤٥,٦ % من حجم العينة بينما يصل من يقومون بتوكيل جهات أو أشخاص بالذبح نيابة عنهم ما نسبته ٢٧,٧ % من الأفراد أما ما نسبته ١٣,٩ % من الحجاج فيقومون بالذبح بالقرب من المخيم ونسبة أخرى تصل إلى ٦,٨ % من الحجاج يعتمدون على أماكن للذبح وقد امتنع عن الإجابة ما يعادل ٥,٨ % من حجم العينة. وبالنظر إلى الجدول رقم (٥٩) نستنتج كيفية القيام بالتخلص من بقايا الذبيحة فنجد أن ٥٧,١ % من الحجاج يقومون بالتخلص من نفايات الذبيحة عن طريق الجزار في المسلخ أما ٢٣ % فيقومون بإلقائها في مكان الذبح وقد امتنع عن الإجابة ١٩,٨ % من حجم العينة.

- ◆ ونسبة ١٨,٤ % من الحجاج يشتررون بواسطة رئيس البعثة.
- ◆ ويقوم ٦,٧ % بشراء الذبائح بواسطة قريب.
- ◆ ويصل من يشتررون بواسطة المطوفين ما يقارب ١٢,٣ %.
- ◆ ونرى أن الذي يتعاملون مع مشروع الإفادة تصل نسبتهم إلى ٩,٥ % من الحجاج.
- ◆ ونجد أن معدل ١,٤ % من الحجاج يقومون بالشراء بواسطة حاج آخر و ١,٢ % يقومون بالشراء بواسطة أشخاص آخرين غير الحجاج.
- ◆ الذين لم يجيبوا على السؤال ٥,٣ % من الحجاج.

٣,٥,١,٣ أماكن ذبح الذبائح وكيفية التخلص من بقايا الذبيحة

نظراً للمساحة الكبيرة التي ينتشر فيها عامة الحجاج في الأراضي المقدسة وذلك للتخميم وممارسة مناسك الحج مما يؤدي ذلك إلى تعدد واختلاف أماكن ذبح المناسك من هدي وأضاحي بالنظر إلى الجدول رقم (٥٠) وجدنا ما يلي:

وأكبر عدد من الحجاج يقوموا بذبح نسكهم في المجازر الرسمية وتصل نسبتهم إلى ٤٥,٦ % من حجم العينة بينما يصل من يقومون بتوكيل جهات أو أشخاص بالذبح نيابة عنهم ما نسبته ٢٧,٧ % من الأفراد أما ما نسبته ١٣,٩ % من الحجاج فيقومون بالذبح بالقرب من المخيم ونسبة أخرى تصل إلى ٦,٨ % من الحجاج يعتمدون على أماكن للذبح وقد امتنع عن الإجابة ما يعادل ٨ % من حجم العينة. وبالنظر إلى الجدول رقم (٥٩) نستنتج كيفية القيام بالتخلص من بقايا الذبيحة فنجد أن ٥٧,١ % من الحجاج يقومون بالتخلص من نفايات الذبيحة عن طريق الجزار في المسلخ أما ٢٣ % فيقومون بإلقائها في مكان الذبح وقد امتنع عن الإجابة ١٩,٨ % من حجم العينة.

٣,٥,١,٤ نظرة حول مشروع المملكة للإفادة من الهدى:

ونتناول من خلال العرض التالي وجهات نظر الحجاج حول المشروع ومدى تقييمهم للدور الذي يقوم به والفائدة التي يستفيد منها المسلمون منه.

٣,٥,١,٤,١ المعرفة بوجود المشروع:

ركز الاستبيان الموجه للحجاج وذلك قبل قيامهم بأداء مناسك الحج على قياس مدى معرفة الحجاج بوجود مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدى والأضاحي فيتضح من الجدول رقم (٥٣) إلى أن نسبة ٥٢,٥ % من الحجاج لديهم فكرة أو معلومات عن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدى والأضاحي بينما تصل نسبة الذين ليست لديهم أية فكرة عن المشروع ما نسبته ٤٣,٦ % من الحجاج وقد امتنع عن الإجابة ٣,٩ % من أفراد العينة وطبقاً لقياس معرفة الحجاج بوجود المشروع نجد أن هنالك طرق قد علموا من خلالها بوجود المشروع ومنها الجرائد أو بواسطة المطوفين أو رؤساء البعثات أو غيرها من وسائل. ونلاحظ ذلك من خلال الجدول رقم (٥٤) فترى ما يلي:

فهناك ما نسبته ١٤,٨ % من الحجاج يعلمون بوجود المشروع وذلك عن طريق الجرائد. أما من علموا بوجود المشروع بواسطة المطوف فتصل نسبتهم إلى ١١,٦ % من الحجاج. وكذلك هنالك ما نسبته ١٠,١ % من الحجاج لديهم فكرة عن المشروع وذلك عن طريق المطويات. أما بواسطة قريب للحاج سبق له الحج فتصل النسبة إلى ٨,٩ %. أما من عرف بالمشروع عن طريق حاج آخر ٧,٩ % ومن يعرفون ذلك عن طريق بعث الحج ٧ %. أما من عرف بطرق أخرى فتصل نسبتهم إلى ٠,٩ % من الحجاج. ونلاحظ أن كثيراً من أفراد العينة قد امتنعوا عن الإجابة وتصل نسبتهم إلى ٣٨,٩ % من أفراد العينة المستهدفين في هذا البحث. ونستنتج من السؤال السابق أن وسائل الإعلان لها الدور الرئيسي في انتشار معرفة الحجاج بالمشروع سواء عن طريق الصحف في بلادهم أو المطوفين أو رؤساء البعثات.

نستنتج من الجدول رقم: (٩٢) والذي يربط بين أنواع الحج ومعرفة الحاج بأن مشروع المملكة يتولى ذبح النسك نيابة عن الحاج. وكانت كالتالي:

♦ أولاً: بالنسبة للمحرمين بالإفراد: نجد أن ٣,٩% حاجاً يعلمون بوجود المشروع وأنه يتولى ذبح النسك نيابة عن الحاج في حين قال ٦,٧% حاجاً بعدم معرفتهم ذلك ولم يجب ٢,١% حاجاً على هذا السؤال.

♦ ثانياً: المحرمين بالقران: فنجد أن ٣,٣% حاجاً منهم يعلمون بأن المشروع يتولى الذبح نيابة عن الحاج وأفاد ٣,٦% حاجاً قالوا بأنهم لا يعلمون بأن المشروع يقوم بالذبح نيابة عن الحاج وامتنع عن الإجابة ١,٩% حاجاً.

♦ ثالثاً: المحرمين بالتمتع نجد أن ٢٧,٤% حاجاً يعلمون بأن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي يتولى ذبح النسك عن الحاج في حين قال ٣٢,٨% حاجاً وهي نسبة كبيرة جداً بأنهم لا يعلمون ذلك ونسبة كبيرة بلغت ١٢,٠% لم تجب على هذا السؤال.

♦ رابعاً: أما الذين لا يعلمون نوع حجهم: فقد كانت إجابة ٢,٧% حاجاً بمعرفة أن المشروع يتولى الذبح وإجابة ٢,٣ حاجاً بعكس ذلك ولم يجب ١,٢% حاجاً على هذا السؤال.

٣,٥,١,٤,٢ المعرفة بأعمال المشروع وشرعية أعماله :

أولاً: نلاحظ من الجدول رقم (٥٥) أن هنالك نسبة كبيرة من أفراد العينة من الحاج تصل نسبتهم إلى ٥٥,٥% من الحاج يدركون بأن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي يقوم باختيار الذبائح طبقاً للمواصفات الشرعية التي حددتها الجهات الشرعية المختصة بينما من يرون عكس ذلك فتصل نسبتهم إلى ١٧,١% من الحاج. كذلك نجد أن ٢٧,٣% من أفراد العينة قد امتنعوا عن الإجابة.

ثانياً: بالنسبة لتولي المشروع ذبح النسك نيابة عن الحاج فنلاحظ من الجدول رقم: (٥٦) إلى أن ٤٥,٤% من الحاج لا يعلمون بجواز توكيل المشروع بالذبح بالنيابة عن الحاج بينما من يعلمون بهذه الفتوة فتصل نسبته إلى ٣٧,٤% من حجم العينة. ومن الجدول رقم: (٩٣) والذي يربط بين أنواع الحج ومن يقوم بالذبح في حالة عدم معرفة أن مشروع المملكة يتولى الذبح نيابة عن الحاج وقد كانت الإجابة كالتالي:

♦ بالنسبة للمحرمين بالإفراد: نجد أن ٢,٧% حاجاً قالوا بأنه سوف يقوم بالذبح شخص متخصص وأجاب ١,٨% بأن شخص آخر سوف يتولى الذبح نيابة عنهم.

♦ أما للمحرمين بالقران: فنجد أن ٣,٥% منهم سوف يعطون مهم الذبح لجزار متخصص في حين أن ١,٢% منهم سوف يقوم شخص آخر بالذبح.

♦ المحرمين بالتمتع: أجاب نسبة كبيرة منهم ٢٣,٣% حاجاً بأن سوف يولون مهمة الذبح لجزار متخصص في حين أن ١٣,٦% حاجاً قالوا بأن شخص آخر سوف يتولى عملية الذبح نيابة عنهم.

♦ وقال الذين لا يعلمون نوع حجهم بأن جزاراً متخصصاً سوف يقوم بالذبح بنسبة ٣,٣% وقال ٠,٥% حاجاج بأن شخص آخر سوف يتولى المهمة.

٣,٥,١,٤,٣ تفضيل التعامل مع المشروع من عدمه وأسباب ذلك:

نلاحظ من الجدول رقم (٦٠) من ناحية تفضيل الحاج التعامل مع المشروع أن ما نسبته ٥١% من أفراد العينة يفضلون التعامل مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي بينما ٢٠,٢% من الحاج لا يفضلون التعامل مع المشروع ولم يجب على هذا السؤال ٢٨,٩% ممن شملهم الاستبيان. أما عن الأسباب التي أدت إلى تفضيل التعامل مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي فمن الجدول رقم (٦١) يتضح لنا ما يلي:

♦ هناك فئة من الحاج تصل نسبتها إلى ٢٥% يرون أن من أهم أسباب تفضيلهم التعامل مع المشروع هو سهولة الحصول على قسائم الذبح.

- ◆ وترى نسبة ١٠,٥ % من الحجاج أنها مقتنعة بالمزايا التي يحصلون عليها من المشروع.
- ◆ وترى نسبة ٩,٤ % من الحجاج بأنها تفضل المشروع بسبب توصية من الأصدقاء والزملاء.
- ◆ كذلك إن عدم التمكن من التصرف في كامل الذبيحة أدى إلى تفضيل ٨,٦ % من الحجاج في التعامل مع المشروع.
- ◆ الحرص على نظافة الأماكن المقدسة دفعت ما نسبته ٤,٣ % من الحجاج إلى التعامل مع المشروع
- ◆ بينما يرى ٣,٨ % من الحجاج أن الفتوى الشرعية التي صدرت للمشروع كانت السبب وراء تفضيل التعامل معه.
- ◆ وقد امتنع ٣٨,٤ % من الحجاج الذين شملهم الاستبيان الإجابة على السؤال السابق.

أما بالنسبة للأسباب التي أدت إلى عدم تفضيل الذبيح من خلال مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي فحسب الجدول رقم (٦٢) فنجد أن أهم سبب في عدم التعامل مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي هو عدم علمهم بوجود المشروع وتصل نسبتهم إلى ١٥,٧ % من الحجاج بينما من يشتكون من ارتفاع أسعار الذبائح في المشروع تصل نسبتهم إلى ٩,٢ % كذلك نجد أن عدم المعرفة بمزايا المشروع من الأسباب التي أدت إلى عدم تفضيل التعامل معه وتصل نسبتهم إلى ٩ % من الحجاج . نجد أيضاً أن ما نسبته ٦,٩ % من الحجاج يفضلون توزيع ذبائحهم بأنفسهم كذلك عدم الاقتناع بفعالية المشروع حيث نجد أن نسبة ٦,٥ % من الحجاج تعتقد بذلك. أما ما نسبته ٦,٨ % من الحجاج فيجدون صعوبة للوصول إلى مراكز التوزيع بسبب الازدحام كذلك من الأسباب الأخرى تأثير الأصدقاء ١,١ % ونرى أن ما نسبته ٠,٥ % من الحجاج غير مقتنعين بتوكيل

المشروع وأخيراً هناك فئة كبيرة تصل نسبتها إلى ٤٤,٣% من أفراد العينة قد امتنعوا عن الإجابة.

و يبين لنا الجدول رقم: (٩٩) والذي يقوم بالربط بين أنواع الحج وأسباب التفضيل للذبح من خلال المشروع:

♦ المحرمين بالإفراد: إن من أهم أسباب تفضيل الذبح من خلال المشروع بالنسبة لهم هو سهولة الحصول على قسائم الذبح حيث ترى نسبة ٢,٠% حاجاً ذلك ويرى ١,٢% حاج بأن توصية أصدقائهم كانت السبب المباشر للذبح من خلال المشروع ويرى ٠,٨% حاجاً بأنهم مقتنعون بمزايا المشروع و ٠,٣% من الحاجاج يرون أن ذبحهم من خلال المشروع هو حرصاً على نظافة الأماكن المقدسة ويرى ٠,٤% حاجاً بأنهم يختارون المشروع خوفاً من عدم تمكنهم من التصرف في الذبيحة بشكل كامل و نجد أن ٠,١% حاجاً يرون بسبب الفتوى الشرعية ولم يجب ٣,٢% حاجاً على هذا السؤال:

♦ المحرمين بالقران: فيرى ٠,١% حاجاً منهم أن سهولة الحصول على القسائم قادتهم للذبح من خلال المشروع وأخبر ٠,٣% حاج بأن أصدقائهم وزملائهم أشاروا عليهم بالذبح من خلال المشروع في حين يرى ٠,٥% حاجاً بأن اقتناعهم كان هو سبب اختيارهم للذبح عن طريق المشروع ونرى أن الحرص على نظافة الأماكن المقدسة كان هو سبب اختيار ٠,٢% حاج للذبح من خلال المشروع وبسبب الخوف من عدم التمكن من التصرف في كامل الذبيحة اختار ٠,٢% حاج الذبح من خلال المشروع ونرى أن ٠,١% حاجاً اقتنعوا بالمشروع بسبب الفتوى الشرعية وامتنع عن الإجابة ٢,٠% حاجاً.

♦ المحرمين بالتمتع: أن سهولة الحصول على القسائم كان هو السبب المباشر لاختيارهم للذبح من خلال المشروع ١٧,١% حاجاً في حين يرى ٨,٩% حاجاً بأن سبب اختيارهم هو توصية أصدقائهم وزملائهم بالذبح من خلال المشروع وقال ٨,٩% حاجاً بأنهم مقتنعون بمزايا المشروع. في حين أن ٣,٥% حاج بأن حرصهم على

نظافة الأماكن المقدسة هو الذي قادهم للذبح من خلال المشروع ويرى ٥,١% حاجاً بأن عدم التصرف في كامل الذبيحة هو الذي قادهم للذبح من خلال المشروع ويرى ٢,٢% حاجاً بأن الفتوى الشرعية كانت هي السبب في اختيارهم للذبح من خلال المشروع في حين لم يجب على هذا السؤال ٣٧,٩% حاجاً وهي نسبة كبيرة جداً.

♦ الفئة التي لا تعلم نوع إحرامها: ٠,٢% حاج يرون أن سهولة الحصول على القسائم قادهم للذبح من خلال المشروع و ٠,٢% بسبب الأصدقاء و ٠,٥% الاقتناع بمزايا المشروع و ٠,٣% حرصاً على نظافة المشاعر المقدسة و ٠,٢% بسبب عدم التمكن من التصرف في كامل الذبيحة و ٠,٣% بسبب الفتوى الشرعية و ١,٨% لم يجيبوا على هذا السؤال.

يوضح الجدول رقم: (١٠٠) والذي يربط بين أنواع الحج وأسباب عدم تفضيل عدم الذبح من خلال المشروع:

♦ المحرمين بالافراد: يرى ٢,٣% حاجاً بأن سبب عدم الذبح من خلال المشروع هو عدم علمهم بوجوده في حين يرى ١,١% حاجاً أن السبب كان لعدم معرفتهم بمزايا المشروع و ٠,٥% حجاج يرون أن الأسعار مرتفعة و ٠,٨% حاجاً يؤكدون بعدم اقتناعهم بفعالية المشروع ويقول ٠,٥% حجاج بأنهم يفضلون توزيع ذبيحتهم بأنفسهم ويرى حاجاً واحد بأنه غير مقتنع بشرعية توكيل المشروع و ٠,٤% حجاج تأثروا بسلوك أصدقائهم وزملائهم ويرى ١,١% حاجاً أن صعوبة الوصول إلى مراكز التوزيع هي سبب عدم تفضيلهم الذبح من خلال المشروع ولم يجب على هذا السؤال ٦,١% حاجاً.

♦ المحرمين بالقران: يرى ٢,٠% حاجاً بأن عدم علمهم بالمشروع هو سبب عدم تفضيلهم الذبح من خلاله ويرى ٠,٢% حجاج أنهم لا يعرفون مزايا المشروع ويرى ٠,٧% حاجاً بأن ارتفاع الأسعار هو الذي أجبرهم على عدم الذبح من خلال المشروع ويرى ٠,٧% حجاج بأنهم غير مقتنعين بفعالية المشروع ويفضل ٠,٩% حاجاً الذبح بنفسه ويرى حاج واحد بأنه غير مقتنع بشرعية توكيل المشروع ونجد ٠,٣% حجاج متأثرون بسلوك زملائهم ويرى ١,١% حاجاً أن مراكز التوزيع

يصعب الوصول إليها لذلك لا يفضلون الذبح من خلال المشروع وامتنع عن الإجابة ٣,٨% حاجاً.

◆ المحرمين بالتمتع: يرى ١٠,٠% حاجاً بأن عدم تفضيلهم الذبح من خلال المشروع يعود إلى عدم علمهم بوجوده من قبل أو عدم معرفتهم بمزايا المشروع ٧,٢% حاجاً أو بسبب ارتفاع الأسعار كما يرى ٧,٦% حاج أو عدم الاقتناع بفعالية المشروع ٤,٨% ومنهم من يفضل الذبح بنفسه ٤,٨% حاجاً وهناك ٤ حاج غير مقتنعين بشرعية التوكيل للمشروع و ٠,٤% حاج متأثرون بسلوك زملائهم ٤,٥% حاجاً يرون بأن الوصول إلى مراكز التوزيع صعب جداً. وهناك نسبة كبيرة جدا تصل إلى ٣٠,٨% حاج امتنعت عن الإجابة على هذا السؤال.

الفئة التي لا تعلم بمزايا المشروع: ٠,٦% حاج لا يعلمون المشروع من قبل و ٠,٤% حاج لا يعرفون مزايا المشروع ٠,٢% حاج يعتقدون بأن الأسعار مرتفعة وحاجان غير مقتنعان بفعالية المشروع. ويفضل ٠,٥ حاج منهم الذبح بنفسه ولم يجب على هذا السؤال ٣,٧% حاجاً.

٣,٥,١,٤,٤ سعر الذبائح في المشروع مقارنة بغيرها:

إن من أهم العوامل التي تؤثر في التعامل مع المشروع هو أسعار الذبيحة مقارنة بالبدائل الأخرى كالمجازر أو الباعة المتجولون وغير ذلك. ومن الجدول رقم (٦٣) يتضح لنا التالي: أن هناك نسبة كبيرة تصل إلى ٢١,٦% من أفراد العينة من الحاج يرون إلى أن أسعار مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي أعلى من البدائل الأخرى. أما من يرون أن أسعار مشروع المملكة متقارب مع البدائل الأخرى فتصل نسبتهم إلى ١٤,٨% من حجم العينة. أما ما نسبته ٥,١% من الأفراد يرون أن أسعار المشروع أقل مقارنة بالبدائل الأخرى. بينما هناك ما نسبته ٢٣,١% من حجم العينة ليس لديهم فكرة عن الأسعار. وامتنع عن الإجابة ما نسبته ٣٥,٤% من الحاج الذين شملهم الاستبيان.

٣,٥,١,٤,٥ الإشراف من قبل الحكومة:

نرى من خلال الجدول رقم (٦٥) بالنسبة للذين لديهم معرفة بأن حكومة المملكة العربية السعودية تشرف على مشروع الإفادة من الهدى والأضاحي من خلال البنك الإسلامي حيث تصل نسبتهم إلى ٣٩% من الحجاج أما من يعتقد بأن المشروع لا تشرف عليه الحكومية تصل نسبتهم إلى ١٣,٣% وقد امتنع عن الإجابة نسبة كبيرة من الحجاج ٤٧,٧%.

٣,٥,١,٤,٦ إجازة توكيل المشروع من قبل هيئة شرعية:

نلاحظ من الجدول رقم (٦٧) أن من أجابوا بمعرفتهم بأن هناك هيئة شرعية متخصصة أجازت توكيل الحاج لمشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدى والأضاحي فتصل نسبتهم إلى ٥١,٥% ي حين أن من أجاب بعدم معرفة ذلك فتصل نسبتهم إلى ٢,٩% في حين لم يجب على ذلك ٤٤,٥% من الحجاج الذين شملهم الاستبيان.

٣,٥,١,٤,٧ اختيار الذبائح وتذكيتهما طبقاً للمواصفات الشرعية والقيام بنقلها:

نلاحظ من الجدول رقم (٧٢) أن هناك نسبة ٤٣,٢% من الأفراد يدركون أن الذبيحة تذكى من مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدى والأضاحي طبقاً للمواصفات الشرعية أما ما نسبته ١٢,٤% من حجم العينة لا يرون إلى أن الذبيحة تذكى في مشروع المملكة طبقاً للمواصفات الشرعية ولم تجب مجموعة تصل إلى ٤٤,٤% على هذا السؤال.

ونرى في الجدول رقم (٧٠) بالنسبة لعملية نقل الذبائح أن من أجابوا بنعم نسبتهم تصل إلى ٤٧,٣% من حجم العينة بينما من أجابوا بلا تصل نسبتهم إلى ٧,٩% والبقية امتنعوا عن الإجابة وتصل نسبتهم إلى حوالي ٤٤,٨% من مجموعة الحجاج الذين شملهم الاستبيان.

٣,٥,١,٤,٨ عملية شراء الذبائح وتأمين الجزارين من قبل المشروع:

هناك مصادر خارجية يتم الاعتماد في توفير الذبائح للحجاج في موسم الحج وذلك لتغطية الطلب الكبير عليها ونلاحظ من الجدول رقم (٦٩) أن نسبة كبيرة من الحجاج ٥١% يرون أن المشروع يقوم بشراء الذبائح مباشرة من مصادرها الخارجية بينما يرى ٣,٦% منهم بأن المشروع لا يقوم بالشراء المباشر وقد امتنع عن الإجابة حوالي ٤٥,١% من أفراد العينة الذين شملهم الاستبيان.

أما عن إشراف مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي مباشرة على عملية نقل الذبائح بحيث لا يعتمدون على جهات نقل أخرى. فنجد أن ٤٧,١% من حجم العينة يرون أن المشروع يقوم بالإشراف مباشرة على عملية نقل الذبائح بينما يرى ٧,٩% منهم عكس ذلك كذلك أن ما نسبته ٤٤,٨% لم يجيبوا على هذا السؤال. وذلك حسب الجدول رقم (٧٠)

إن توفير الجزارين المتخصصين لعمليات ذبح النسك شيء مهم وضروري يقوم بتوفير المشروع وذلك لتقديم الخدمات للحجاج.

ويدرك ذلك الشيء معظم الحجاج حيث نلاحظ من الجدول رقم (٧١) أن ما نسبته ٤٧,٣% من الحجاج يدركون بأن المشروع يوفر جزارين متخصصين بينما نجد أن نسبة ٨% من الحجاج يرون أن المشروع لا يقوم بتوفير جزارين متخصصين في عملية ذبح النسك. وقد امتنع ٤٤,٧% من الحجاج ممن شملهم الاستبيان عن الإجابة.

٣,٥,١,٤,٩ تنظيم الذبائح والتخلص من النفايات من قبل المشروع

إن حكومة المملكة العربية السعودية تكون حريصة دائماً على صحة الحجاج وتوفير الأجواء الصحية لهم حتى يتمكنوا من أداء مناسك الحج وتتم كثيراً بالتخلص من القاذورات والنفايات القائمة من الذبائح ومشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي يقوم بذلك على أكمل وجه.

ونرى آراء من شملهم الاستبيان حول هذا الموضوع ففي الجدول رقم (٧٣) حيث يرى ٥٣,٦% من الحجاج أن المشروع يحقق لهم تنظيم عملية الذبح والتخلص من النفايات في حين يرى ١٣,٩% من الحجاج عكس ذلك تماماً ولم يجب على هذا السؤال نسبة تصل إلى ٤٣,٨% من حجم العينة.

ونلاحظ في الجدول رقم (٧٤) أن ما نسبته ٥٣,٢% من حجم العينة يرون أن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي يقوم بتوزيع الذبائح على فقراء الحرم بشكل ممتاز في حين يرى ٢,٧% من الحجاج عكس ذلك وتقدر النسبة التي لم تجب على هذا السؤال ٤٤,١% من الحجاج.

كذلك نجد أيضاً أن المشروع يقوم بنقل ما يفيض عن حاجة فقراء الحرم إلى الدول الإسلامية وتوزيعها على الفقراء. فهناك ما نسبته ٤٧,٥% من الحجاج يدركون هذا الشيء بينما هناك نسبة ٢,٥% من حجم العينة يرون عكس ذلك هو أن المشروع لا يقوم بنقل الفائض إلى الدول الإسلامية وتوزيعها على الفقراء وأخيراً نلاحظ أن من امتنعوا عن الإجابة ما نسبته ٤٩,٦% من حجم العينة وذلك موضح في الجدول رقم (٧٥).

لقد تم القيام بعمل هذه الدراسة على ٢٣٢٧ شخص من الحجاج منهم ١٨٢٤ من غير المقيمين ما نسبته ٧٨,٤% بينما هناك نسبة ٧,١٢% من المقيمين في المملكة بينما لم يجب ما نسبته ٨,٩% من الأفراد المستهدفين بهذا البحث الجدول رقم (٧٧) وقد تم توزيع استمارات الاستبيان عليهم وتم جمع المعلومات.

هذا ونرى أن معظم أفراد العينة من الذكور بمعدل ٨٤,٢% من العينة بينما هناك ٩,٢% من العينة إناث الجدول رقم (٧٨) ونرى أيضاً من خلال عينة الحجاج الذين تمت الدراسة عليهم بأن مستوى التعليم لديهم مختلف وبالنظر إلى الجدول رقم (٧٩) نرى ما يلي:

هنالك ما نسبته ٧,٩% من العينة مستوى تعليمهم إلى الدكتوراه و ١٤% منهم من حاملي الماجستير بينما ٢٤,٨% في المستوى الجامعي أما أقل من ذلك فتصل نسبتهم إلى ٥٤% من حجم العينة.

أما بالنسبة لوسائل النقل للقدوم إلى الأراضي المقدسة فنجد تقسيمها إلى ثلاث أنواع جواً وبراً وبحراً ومن الجدول رقم (٨٠) نجد أن معظم الأفراد الذين شملهم الاستبيان قد استخدموا وسائل النقل الجوي وذلك بمعدل ٨٥,١% من حجم العينة بينما ما نسبته ٨,٦% من حجم العينة استخدموا وسائل النقل البري وأخيراً نجد أن القلة قد استخدموا وسائل النقل البحري بنسبة تصل إلى ٠,٩% ولم يحدد ٥,٤% من العينة وسيلة القدوم.

بالنسبة لجهة العمل لكل شخص قام بالإجابة على الاستبيان نستنتجها من الجدول رقم: (٨١) وهي كما يلي في القطاع الحكومي بنسبة تصل إلى ٣٢,٤% وفي القطاع الخاص ٣٢,٨% لصالح الشخص في القطاع الخاص ٢٦,٦% ولم يحدد ٨,٢% الجهة التي يعمل بها.

كذلك نتطرق إلى سؤال مهم جداً بحيث من الممكن لنا عند المعرفة السابقة للحجاج عن الخدمات وظروف الحج من عدمها وبالنظر إلى الجدول رقم (٨٢) نلاحظ من الجدول أن الذين لم يقوموا بالحج سابقاً فيصل عددهم إلى معدل كبير وهو ٥٥% من حجم العينة بينما ٢٥,١% من حجم العينة حجوا مرة واحدة فقط قبل ذلك. أما الذين حجوا لمرتين فتصل نسبتهم إلى ٨,٦% من حجم العينة أما من حج منهم من ثلاث إلى خمس مرات

فقتل نسبتهم ويصلون إلى معدل ٤,٨% من حجم العينة أما أكثر من خمس مرات فنجدهم ٣,٢% بينما أمتنع عن الإجابة على هذا السؤال ٣,٣% ممن شملتهم العينة.

٣,٥,٢,١ أنواع الحج المحرم به وأنواع الذبائح التي ذبحت:

كما نعلم أن هناك ثلاثة أنواع للحج المحرم به وهي الأفراد والقران والتمتع (فالأفراد هو القيام بالإحرام بالحج فقط أما القران فهو القيام بالإحرام للحج والعمرة جميعاً أما التمتع فهو أن يحرم العمرة

نجد أن أكثر أنواع الحج شيوعاً في أوساط الحجاج هو التمتع وذلك بنسبة ٨٣,٦% من العينة بينما ٨,٥% من الحجاج منفردين ٣,٣% منهم لا يعرفون أنواع الحج والمسميات جدول رقم: (٤٧).

أما بالنسبة لأنواع الذبائح فنجد أن منها الهدي أو الأضاحي أو الفدية أو الصدقة ومن الجدول رقم (٥١) نلاحظ أن ما نسبته ٦١,٢% من العينة من الحجاج يذبحون الهدي بينما ما نسبته ٢٦,٣% من العينة يذبحون الأضحية بينما ذبائح الفدية والصدقة تكون نسبتهما ٦,٢% بينما نلاحظ أن ما نسبته ٧,٣% من العينة لم يقوموا بالإجابة. نلاحظ من الجدول رقم (٩٤) للربط بين أنواع الحج البدائل المتاحة للذبح أن الذين يملكون فكرة عن البدائل المتاحة أمامهم لعملية الذبح قليل وقد وجدنا التالي:

♦ أولاً المحرمين بالإفراد نجد هناك ٣,٤% كانت فكرتهم إيجابية في حين كان ٤,٥% حاجاً ليست لديهم أية معلومة أو فكرة عن البدائل المتاحة للذبح وامتنع عن الإجابة من هذه الفئة ٠,٦% حاجاً.

♦ ثانياً: المحرمين بالقران: كان ١,٥% حاجاً أجابوا بنعم في حين كانت الإجابة السلبية من ٥٨% حاجاً وذلك بعدم معرفتهم بالبدائل المتاحة أمامهم للذبح ولم تكن هناك إجابة من ٠,٣% حاجاً.

♦ ثالثاً: المحرمين بالتمتع: نجد أن نسبة كبيرة منهم لم تكن لديها أية فكرة عن البدائل المتاحة للذبح وتقد بـ ٥٥,٠% حاجاً في حين كانت إجابة ٢٢,٢% حاجاً بأنه توجد لديهم فكرة عن بدائل الذبح وأمتنع عن الإجابة من هذه الفئة ٦,١%.

◆ رابعاً: أما المجموعة التي لا تعلم الحج الذي أحرمت به فكانت نسبة الحاج الذين يعرفون عن البدائل المتاحة للذبح قليلة جداً وبلغت ١,٠% أفراد في حين من قال بأنه ليست لديه أية فكرة ٢,١% حاجاً ولم يجب منهم على هذا السؤال ٠,٩% حاجاً.

٣,٥,٢,٢ معرفة البدائل المتاحة للذبح

نجد أن هناك نسبة كبيرة من العينة من الحاج الذين شملتهم الدراسة لا يعرفون أو ليست لديهم فكرة عن البدائل المتاحة للذبح فمن الجدول رقم (٤٨) نجد أن ما نسبته ٦٤,١% من العينة لا يعرفون عن بدائل الذبح شيئاً بينما ما نسبته ٢٨,١% من العينة من الحاج لديهم فكرة أو معلومات عن البدائل المتاحة للذبح في حين أن ما نسبته ٧,٩% لم يجيبوا.

٣,٥,٢,٣ عملية شراء الذبائح وأماكن ذبحها:

يقوم الحاج بشراء الذبائح من أماكن متعددة كالباعة المتجولين أو من المجزرة أو من خلال مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي (البنك الإسلامي للتنمية) أو يتم الشراء من خلال جهات مختصة أخرى لبيع الذبائح.

ويتضح من الجدول رقم (٤٩) إلى أن أكثر أو معظم الحاج يقومون بشراء الذبائح من خلال المجزرة حيث نرى أن النسبة تصل إلى ٥٥,٣% من عينة الحاج بينما هناك نسبة ١٠,٨% من الحاج يقومون بالشراء من الباعة المتجولين أما ما نسبته ١٥,٩% من الحاج يقومون بشراء الذبائح من مصادر أخرى (الكوبونات - المشروع - بنك الراجحي) وقد امتنع عن الإجابة ٧,٩% من العينة عن الإجابة.

وعن عملية شراء الذبائح فنجد أن لها مصادر مختلفة ممكن أن نذكرها وهي إما أن يقوم الحاج بالشراء شخصياً أو بواسطة قريب أو بواسطة المطوف أو رئيس البعثة إذا كان الحاج من ضمن بعثة الحج أو من خلال مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي أو بواسطة حاج أو شخص آخر.

ونرى من الجدول رقم (٥٢) والذي يوضح النسبة المئوية للعينة التي تمت عليها الدراسة حيث نجد ما يلي:

ما نسبته ٢٨,٧% من حجم العينة من الحجاج يقومون بشراء الذبائح شخصياً بينما هناك نسبة ١٦,٨% من الحجاج يفوضون قريباً لهم بالشراء أو بواسطة مشروع الهدى والأضاحي. ونجد أيضاً أن ما نسبته ١٢,٥% من حجم العينة من الحجاج يفوضون رئيس البعثة الحجة والتي يكونون من ضمنها وذلك بشراء الذبيحة أو الأضحية.

أم ما نسبته ٧,٤% من الحجاج فيقومون بشراء الذبائح من خلال المطوف. كذلك ٥,١% من العينة من الحجاج يفوضون حاج آخر للشراء كذلك ما نسبته ٤,٥% من الحجاج يفوضون أشخاصاً آخرين. بينما نلاحظ من الجدول أن ١١,٨% من حجم العينة قد امتنعوا عن الإجابة.

نستنتج من الجدول رقم: (٩٥) الذي يربط بين أنواع الحج ومكان شراء الذبيحة نجد ما يلي:

◆ المحرمين بالافراد: أجاب ٠,٩% منهم بأنهم يشترون ذبائحهم من الباعة المتجولين و ٢,١% حاجاً من المجزرة و ١,٢% حاجاً من مكان آخر دون تحديد وامتنع من هذه الفئة عن الإجابة ٤,٣% حاجاً.

◆ المحرمين بالقران: أفاد ٠,٥% حاجاً بأنهم يشترون ذبائحهم من الباعة المتجولين و الذين يشترون من المجزرة كان عددهم ٢,٧% حاجاً و ٠,٣% حاجاً من أماكن أخرى ولم يجب على هذا السؤال ٠,٧% حاجاً.

◆ بالنسبة للتمتع: يرى ٨,٨% بأنهم سوف يشترون ذبائحهم من الباعة المتجولين و نسبة كبيرة منهم والبالغة ٤٨,٨% أفادت بأنهم سوف تشتري من المجزرة و ١٤% من أماكن أخرى وامتنع عن الإجابة من هذه الفئة ١١,٩% حاجاً.

◆ المجموعة التي لا تعلم نوع الحجم المحرمين به فقد قال ٠,٦% منهم بأنهم سوف يشترون من الباعة المتجولين و ٢,٠% منهم من المجزرة و ٠,٣% من أماكن أخرى ولم يجب من هذه المجموعة ١,١% حاجاً.

٣,٥,٢,٤ أماكن الذبح ومدى الاستفادة منها:

إن لانتشار الكبير للحجاج في بقعه كبيرة من الأراضي المقدسة وذلك للتخيم وممارسة مناسك الحج يؤدي إلى تعدد واختلاف أماكن الذبح مثل ذلك (المخيم - أو مشروع

المملكة للهدى والأضاحي أو المجزرة البديلة أو الشارع) وبسؤالنا للجنة المختارة وجدنا ما يلي وذلك من خلال الجدول رقم (٨٣) حيث نلاحظ أن أكبر نسبة من حجم العينة وهي ٣٤,٣% قد حددت مكان ذبح الذبائح في المجزرة البديلة ويمكن أن يعود سبب ذلك في الانتشار في عدد المجازر البديلة وفي مناطق مختلفة بينما نجد أن ما نسبته ٢٢,٩% من حجم العينة من الحجاج قد قاموا بالاعتماد على مشروع المملكة للهدى والأضاحي في عملية ذبح الأضاحي والهدى أما ٢٠,٨% من الحجاج فقد قاموا بعملية الذبح في الشارع أما بالنسبة للمقيم فنجد أن نسبته تصل إلى ٤% فقط من حجم العينة كذلك ما نسبته ١,٧% من حجم العينة اعتمدوا على أماكن أخرى لعملية ذبح الذبائح وأخيراً نلاحظ أن ما نسبته ١٦,٤% من حجم العينة من الحجاج قد امتنعوا عن الإجابة.

كذلك نتطرق موضوع مدى استفادة الحاج الشخصية من الذبيحة التي قام بذبحها في الحج كذلك مصير الجزء غير المستفاد منه. وبالنظر إلى الجدول رقم (٨٤) وذلك بالسؤال عن مدى الاستفادة الشخصية من الذبيحة وجدنا أن ما نسبته تقريباً ٤١,١% من حجم العينة قد استفادوا من الذبيحة ولكن باختلاف (حيث أن ١٢,١% منهم قد استفاد منها كلياً بينما ١,٨% منهم استفاد من جزء منها) هذا بالنسبة للذين أفادوا باستفادتهم من الذبيحة أما الذي كانت إجابته سلبية وهي عدم الاستفادة من الذبيحة فتصل النسبة إلى ٤٢,٤% من حجم العينة ويمكن أن يعود ذلك إلى القيام بتوزيع الذبيحة كلها أو التصديق بها أو تفويض آخرين بالتصرف فيها أو غير ذلك. كذلك نجد أن هناك ما نسبته ١٦,٥% من حجم العينة قد امتنعوا عن الإجابة.

أما بالنسبة لمصير الجزء الغير مستفاد منه فنجد أن نسبة كبيرة تصل إلى ٣٤,٩% من حجم العينة من الحجاج قد قاموا بترك الذبائح في مكان ذبحها. أما نسبته ١٩,٦% من العينة فقد قاموا بأخذ الجزء المستفاد منه قاموا بالتصدق به أما ٤% من عينة الحجاج فلم يحددوا مصير الجزء الغير مستفاد منه. كذلك نسبة ٤١,٤% من حجم العينة من الحجاج فامتنعوا عن الإجابة وهذا يتضح من الجدول رقم (٨٥).

ونجد في الجدول رقم: (٩٦) والذي يقوم بالربط بين أنواع الحج وأماكن الذبح نجد ما يلي:

◆ المحرمين بالإفراد: أن ١,١% حاجاً منهم سوف يذبحون ذبيحتهم في إحدى المحازر الرسمية و قال ٢,٤% حاجاً بالقرب من المخيم في حين أفاد ٥,٥% حاجاً بأنهم سوف يعملون توكيلاً للذبح وقال ١,٤% منهم بأنهم سوف يذبحون في مكان آخر وامتنع ٣,٥% حاجاً عن الإجابة.

◆ أما المحرمين بالقران: فأفاد ٢,٥% حاجاً منهم بأنهم سوف يذبحون في بالمحازر الرسمية وكان ١,٨% حاجاً قد قالوا بأنهم سوف يذبحون قرب المخيم وأجاب ٥,١% حاجاً بأنهم سوف يعملون توكيلاً و ٥,١% حاجاً في مكان آخر و ٥,١% حاجاً لم يجيبوا على هذا السؤال.

◆ أما المحرمين بالتطوع: فكانت نسبة كبيرة منهم بلغت ٥٦,٤% حاجاً قد أجابت بأنها سوف تذبح في المحازر الرسمية و ٢١,١% حاجاً قرب المخيم ونسبة بلغت ١,٨% قالت بأنها سوف تعمل توكيلاً و ٥,٦% حاجاً قالوا في مكان آخر ولم يجب على ٣,٥% حاجاً على هذا السؤال.

◆ أما الفئة التي لم تحدد نوع الحج الذي تحرم به: فكانت إجابة ٥,٦% منهم بأنهم سوف يذبحون في الجزيرة و ٥,٨% حاجاً قرب المخيم و ٥,١% حاجاً سوف يعملون توكيلاً و ٥,٣% في مكان آخر ولم يجب ٣ منهم على هذا السؤال.

٣,٥,٢,٥ سعر الذبائح وتكلفة عملية الذبح

إن لتعدد مصادر وأماكن شراء الذبائح ولزيادة المنافسة في البيع لكل جهة من الجهات المختصة وذلك بهدف الربح كالمحارز أو الأشخاص أو بهدف خدمة الحجاج أولاً كمشروع المملكة للهدى والأضاحي كل ذلك يؤدي إلى التفاوت في الأسعار كذلك إلى التفاوت في تكلفة عملية الذبح.

أولاً: نلاحظ من الجدول رقم (٨٦) التفاوت الكبير في الأسعار فنجد أن ما نسبته ١٠,٨ % من حجم الع

ينة من الحجاج تتراوح أسعار ذبائحهم ما بين ٣٠ ريال إلى ٢٤٠ ريال كذلك ٢٨,٨ % من الحجاج تتراوح أسعار ذبائحهم ما بين ٢٤٠ إلى ٣٠٠ ريال أما الذين تتراوح أسعار ذبائحهم ما بين ٣٠٠ إلى ٣٤٠ ريال فنسبتهم تصل إلى ١٩,٢ % كذلك نلاحظ أن نسبة ٢٧,٦ % من حجم العينة تكون أسعار ذبائحهم من ٣٤٠ إلى ٣٦٠ ريال ونسبة ٤,١ % من الحجاج تتراوح الأسعار التي قاموا بالشراء بها ما بين ٣٦٠ إلى ٤٦٠ ريال بينما نلاحظ أن نسبة ٣ % من الحجاج تتراوح أسعار ذبائحهم أكثر من ٥٤٠ ريال وأخيراً نجد أن نسبة ١٣,٦ % من حجم العينة من الحجاج قد امتنعوا عن الإجابة.

ثانياً: بالنسبة لتكلفة الذبائح التي قام الحجاج بدفعها لعملية الذبح فنلاحظ من الجدول رقم (٨٧) أن نسبة كبيرة لم تقوم بدفع شيء وذلك لقيامهم بعملية الذبح بأنفسهم دون الاعتماد على جهات أخرى وتصل نسبتهم إلى ٤٤,٤ % من حجم العينة تحت الدراسة من الحجاج بينما نجد أن ٥٥,٦ % من الحجاج قد قاموا بالاعتماد على جهات أخرى في عملية الذبح فنجد منهم ما يلي (ما نسبته ٤٦,٦ % منهم قد قاموا بدفع أقل من ٣٠ ريال للذبيحة بينما ما نسبته ٩ % منهم فتفاوتت أسعار الدفع ما بين ٣٠ ريال إلى أكثر من ٢٣٠ ريال).

٣,٥,٢,٦ مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي:

ونتناول المشروع من مختلف الأبعاد للتعرف هل هناك معرفة بالمشروع بعد تواجدهم في السعودية من عدمه.

٣,٥,٢,٦,١ المعرفة بوجود المشروع:

من خلال الاستبيان الموجه إلى الحجاج وذلك بعد قيامهم بأداء مناسك الحج بالقليلة لا تعرف شيئاً عن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي وتقدر نسبتهم بـ ٣٩,١% من حجم العينة المستهدفة من الحجاج. بينما نجد أن هناك مجموعة من بين أفراد العينة لديهم وعي بوجود المشروع وتقدر هذه النسبة بـ ٥٣,٨% من حجم العينة بينما نلاحظ أن ٧,١% من حجم العينة قد امتنعوا عن الإجابة ونرى ذلك من خلال الجدول رقم (٥٣).

ونجد أن معرفة الأفراد بوجود مشروع الإفادة يكون من عدة طرق كالجرائد والمطويات أو بواسطة المطوفين ورؤساء البعث الحجية أو أقرباء أو حجاج آخرون. ونلاحظ من الجدول رقم (٥٤) أن ما نسبته ١٦,٥% من الحجاج علموا بوجود المشروع من خلال أو بواسطة أقرباء هلم سبق لهم الحج من قبل ذلك بينما ما نسبته ١٢% قد علموا بوجود المشروع وذلك بواسطة بعثات الحج الرسمية وهذا يدل على أهمية هذه النقطة لقيامها بالتوعية الجماعية والاتصال المباشر مع الحجاج وذلك بلغاتهم كذلك نجد أن معرفة الحجاج لهذا المشروع من خلال المطوف مهم ونجد أن نسبتهم تصل إلى ٩,٥% من حجم العينة بينما ٨,١% من الحجاج قد علموا بالمشروع وذلك من خلال الجرائد والمطويات والتي تصل نسبتها إلى ٦,٤% من حجم العينة أما من خلال حجاج آخرين فنجد أن نسبة إيصال المعلومات تصل إلى ٧,٩% من الحجاج ونلاحظ عدم إجابة نسبة كبيرة من العينة على هذا السؤال وتصل النسبة إلى ٣٨,٥% من حجم العينة (كل ما سبق نستنتج منه أن التوعية والإعلان لهما الدور الرئيسي في توعية الحجاج بالمشروع وأعماله).

نستنتج من الجدول رقم: (٩٢) والذي يربط بين أنواع الحج ومعرفة الحجاج بأن مشروع المملكة يتولى ذبح النسك نيابة عن الحاج.

◆ أولاً بالنسبة للمحرمين بالإفراد: نجد أن ٣,٩% حاجاً يعلمون بوجود المشروع وأنه يتولى ذبح النسك نيابة عن الحجاج في حين قال ٦,٧% حاجاً بعدم معرفتهم ذلك ولم يجب ٢,١% حاجاً على هذا السؤال.

◆ ثانياً المحرمين بالقران: فنجد أن ٣,٣% حاجاً منهم يعلمون بأن المشروع يتولى الذبح نيابة عن الحاج وأفاد ٣,٦% حاجاً قالوا بأنهم لا يعلمون بأن المشروع يقوم بالذبح نيابة عن الحجاج وامتنع عن الإجابة ١,٩% حاجاً.

◆ ثالثاً: المحرمين بالتمتع نجد أن ٢٧,٣% حاجاً يعلمون بأن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي يتولى ذبح النسك عن الحجاج في حين قال ٣٢,٨% حاجاً وهي نسبة كبيرة جداً بأنهم لا يعلمون ذلك ونسبة كبيرة أيضاً لم تجب على هذا السؤال.

◆ أما الذين لا يعلمون نوع حجهم: فقد كانت إجابة ٢,٧% حاجاً بمعرفة أن المشروع يتولى الذبح و إجابة ٢,٣% حاجاً بعكس ذلك ولم يجب ١,٢% حاجاً على هذا السؤال.

هنالك إدراك ووعي كبير من قبل أفراد العينة وذلك بالعلم بأن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي يقوم باختيار الذبائح طبقاً للمواصفات الشرعية التي حددتها الجهات الشرعية المختصة فنجد أن نسبتهم تصل إلى ٥٨,١% من حجم العينة بينما اللذين لا يدركون بأن المشروع يقوم بالاختيار طبقاً للمواصفات الشرعية بلغت نسبتهم ١٥,١% من الحجاج المستهدفين في البحث.

ونلاحظ عدم إجابة ٢٦,٨% من حجم العينة على هذا السؤال وذلك من خلال الجدول رقم (٥٥).

أما بالنسبة لشرعية توكيل المشروع بالنيابة عن الحجاج بتولي ذبح النسك نرى أن نسبة ٥٩,٧% يوافقون على هذا الرأي بينما ما نسبته ١٢,٦% يرون عكس ذلك وقد امتنع ما نسبته ٢٧,٥% من حجم العينة عن الإجابة كما نلاحظ بالجدول رقم (٥٦).

نرى من الجدول رقم: (٩٣) والذي يربط بين أنواع الحج ومن يقوم بالذبح في حالة عدم معرفة أن مشروع المملكة يتولى الذبح نيابة عن الحجاج وقد كانت الإجابة كالتالي:

- ◆ بالنسبة للمحرمين بالافراد: نجد أن ٢,٧% حاجاً قالوا بأنه سوف يقوم بالذبح شخص متخصص وأجاب ١,٨% بأن شخص آخر سوف يتولى الذبح نيابة عنهم.
- ◆ أما للمحرمين بالقران: فنجد أن ٣,٥% منهم سوف يعطون مهم الذبح لجزار متخصص في حين أن ١,٢% منهم سوف يقوم شخص آخر بالذبح.
- ◆ المحرمين بالتمتع: أجاب نسبة كبيرة منهم ٢٣,٣٥ حاجاً بأن سوف يولون مهمة الذبح لجزار متخصص في حين أن ١٣,٦% حاجاً قالوا بأن شخص آخر سوف يتولى عملية الذبح نيابة عنهم.
- ◆ وقال الذين لا يعلمون نوع حجهم بأن جزاراً متخصصاً سوف يقوم بالذبح بنسبة ٣,٣% وقال ٠,٣% حاجاً بأن شخص آخر سوف يتولى المهمة.

٣,٥,٢,٦,٣ تفضيل التعامل مع المشروع من عدمه والأسباب

بالنظر إلى الجدول رقم (٦٠) نجد أن ٥٤,٣% من حجم العينة من الحجاج يفضلون التعامل مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي بينما ما نسبته ٢٧,٣% من حجم العينة لا يفضلون التعامل مع المشروع أما ما نسبته ١٩,١% من العينة لم يجيبوا على هذا السؤال.

وعند الأسباب التي أدت إلى تفضيل التعامل مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي فنجد من الجدول رقم (٦١) أن سهولة الحصول على قسائم الذبائح تحتل المرتبة الأولى في تفضيل المشروع وذلك بنسبة تصل إلى ٢١,١% من حجم العينة بينما نجد أن ١٠,٤% من الحجاج يفضلون المشروع وذلك بسبب توصية الأصدقاء والزملاء.

كذلك نسبة ١٠,٧% من حجم العينة يفضلون المشروع بسبب الاقتناع بمزايا المشروع بينما نجد أن السبب في عدم التمكن من التصرف بكامل الذبيحة تصل النسبة إلى ٥,٨% من حجم العينة بينما ما نسبته ٤,٣% من حجم العينة من الحجاج يفضلون التعامل المشروع بسبب الحرص على نظافة الأماكن المقدسة. أما بالنسبة للتفضيل التعامل مع المشروع بسبب الفتوى الشرعية للمشروع تصل نسبتهم إلى ٢,٧% من حجم العينة وأخيراً نجد أن ٤٥% من الحجاج لم يقوموا بالإجابة على هذا السؤال.

أما الأسباب التي أدت إلى عدم التفضيل الذبح من خلال مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي فنجد أن هناك أسباب مختلفة ومن أهمها:

عدم العلم بوجود المشروع وتصل نسبتهم إلى ١٨,٥% من حجم العينة كذلك عدم معرفة الحجاج بمزايا المشروع أدت إلى عدم التعامل مع المشروع ونجد أن نسبتهم تصل إلى ١١,١% من حجم العينة أما ما نسبته ١٠,٤% من حجم العينة لا يفضلون التعامل مع المشروع لارتفاع السعر.

واحد أن هنالك من يفضلون توزيع ذبائحهم بأنفسهم وليس من خلال المشروع ونجد أن نسبتهم تصل إلى ٧,١% من الحجاج المستهدفين في الاستبيان، وهنالك نسبة ٢,٤% من حجم العينة لا يفضلون التعامل مع المشروع وذلك لعدم الاقتناع بشرعية توكيل المشروع وأيضاً هنالك نسبة ٢,١% من حجم العينة لا يفضلون التعامل مع المشروع وذلك بسبب صعوبة الوصول إلى مراكز التوزيع وذلك بسبب الزحام. كذلك نفس النسبة ٢,١% من

الحجاج لا يفضلون المشروع لعدم الاقتناع بفعالية المشروع بسبب ما يرونه من مناظر مقززة بينما نجد أن من يتأثرون بسلوك الزملاء تصل نسبتهم إلى ١,٩% فقط من حجم العينة. وقد امتنع عن الإجابة ٤٤,٢% من حجم العينة وذلك كما هو موضح في بالجدول رقم (٦٢).

يبين لنا الجدول رقم: (١٠١) والذي يقوم بالربط بين أنواع الحج وأسباب تفضيل للذبح من خلال المشروع:

♦ المحرمين بالإفراد: إن من أهم أسباب تفضيل الذبح من خلال المشروع بالنسبة لهم هو سهولة الحصول على قسائم الذبح حيث ترى نسبة ٢,٤% حاجاً ذلك ويرى ٠,٤% حجاج بأن توصية أصدقائهم كانت السبب المباشر للذبح من خلال المشروع ويرى ١,٢% حاجاً بأنهم مقتنعون بمزايا المشروع و ٠,٤% من الحجاج يرون أن ذبحهم من خلال المشروع هو حرصاً على نظافة الأماكن المقدسة ويرى ٠,٥% حاجاً بأنهم يختارون المشروع خوفاً من عدم تمكنهم من التصرف في الذبيحة بشكل كامل و نجد أن ٠,٥% حاجاً يرون بسبب الفتوى الشرعية ولم يجب ١,٩% حاجاً على هذا السؤال:

♦ المحرمين بالقران: فيرى ١,٢% حاجاً منهم أن سهولة الحصول على القسائم قادتهم للذبح من خلال المشروع وأخيراً ٠,٣% حجاج بأن أصدقائهم وزملائهم أشاروا عليهم بالذبح من خلال المشروع في حين يرى ٠,٦% حاجاً بأن اقتناعهم كان هو سبب اختيارهم للذبح عن طريق المشروع ونرى أن الحرص على نظافة الأماكن المقدسة كان هو سبب اختيار ٠,٣% حجاج للذبح من خلال المشروع وبسبب الخوف من عدم التمكن من التصرف في كامل الذبيحة اختار ٠,٤% حجاج الذبح من خلال المشروع ونرى أن ٠,١% حاجاً اقتنعوا بالمشروع بسبب الفتوى الشرعية وامتنع عن الإجابة ٢,٢% حاجاً.

♦ المحرمين بالتمتع: أن سهولة الحصول على القسائم كان هو السبب المباشر لاختيارهم للذبح من خلال المشروع ٤,٩% حاجاً في حين يرى ٤,٥% حاجاً بأن سبب اختيارهم هو توصية أصدقائهم وزملائهم بالذبح من خلال المشروع وقال ٤,٤% حاجاً بأنهم مقتنعون بمزايا المشروع. في حين أن ٣,٠% حاج بأن حرصهم على

نظافة الأماكن المقدسة هو الذي قادهم للذبح من خلال المشروع ويرى ٣,٩% حاجاً بأن عدم التصرف في كامل الذبيحة هو الذي قادهم للذبح من خلال المشروع ويرى ١,٥% حاجاً بأن الفتوى الشرعية كانت هي السبب في اختيارهم للذبح من خلال المشروع.

♦ الفئة التي لا تعلم نوع إحرامها: ٥,٥% حاج يرون أن سهولة الحصول على القسائم قادتهم للذبح من خلال المشروع و ١,٥% بسبب الأصدقاء والاقتناع بمزايا المشروع وعدم بسبب عدم التمكن من التصرف في كامل الذبيحة و ١,٥% بسبب الفتوى الشرعية و ٢,٨% لم يجيبوا على هذا السؤال.

يوضح الجدول رقم: (١٠٢) والذي يربط بين أنواع الحج وأسباب عدم تفضيل عدم الذبح من خلال المشروع:

♦ المحرمين بالإفراد: يرى ١,٨% حاجاً بأن سبب عدم الذبح من خلال المشروع هو عدم علمهم بوجوده في حين يرى ٥,٤% حاجاً أن السبب كان لعدم معرفتهم بمزايا المشروع و ٣,٣% حاج يرون أن الأسعار مرتفعة و ٣,٣% حاجاً يؤكدون بعدم اقتناعهم بفعالية المشروع ويقول ٤,٤% حاج بأنهم يفضلون توزيع ذبيحتهم بأنفسهم ويرى ١,٥% حاجاً واحد بأنه غير مقتنع بشرعية توكيل المشروع و ١,٥% حاج تأثروا بسلوك أصدقائهم وزملائهم ويرى ١,٥% حاجاً أن صعوبة الوصول إلى مراكز التوزيع هي سبب عدم تفضيلهم الذبح من خلال المشروع ولم يجب على هذا السؤال ٤,٨% حاجاً.

♦ المحرمين بالقران: يرى ١,١% حاجاً بأن عدم علمهم بالمشروع هو سبب عدم تفضيلهم الذبح من خلاله ويرى ٦,٥% حاج أنهم لا يعرفون مزايا المشروع ويرى ٣,٥% حاجاً بأن ارتفاع الأسعار هو الذي أجبرهم على عدم الذبح من خلال المشروع. ويرى ١,٥% حاج بأنهم غير مقتنعين بفعالية المشروع ويفضل ١,٥% حاجاً الذبح بنفسه ويرى حاج واحد بأنه غير مقتنع بشرعية توكيل المشروع ونجد ١,٥% حاج متأثرون بسلوك زملائهم ويرى ١,٥% حاجاً أن مراكز التوزيع يصعب الوصول إليها لذلك لا يفضلون الذبح من خلال المشروع وامتنع عن الإجابة ١,٧% حاجاً.

♦ المحرمين بالتمتع: يرى ١٥,١% حاجاً بأن عدم تفضيلهم الذبح من خلال المشروع يعود إلى عدم علمهم بوجوده من قبل أو عدم معرفتهم بمزايا المشروع ٩,٤% حاجاً أو بسبب ارتفاع الأسعار كما يرى ٩,٤% حاج أو عدم الاقتناع بفعالية المشروع ١,٥% ومنهم من يفضل الذبح بنفسه ٦,٤% حاجاً وهناك ٢,٣% حاج غير مقتنعين بشرعية التوكيل للمشروع و ١,٨% حاج متأثرون بسلوك زملائهم ١,٦% حاجاً يرون بأن الوصول إلى مراكز التوزيع صعب جداً. وهناك نسبة كبيرة جداً تصل إلى ٣٦,٢% حاج امتنعت عن الإجابة على هذا السؤال.

• الفئة التي لا تعلم بإحرامها: ٠,٤% حاج لا يعلمون المشروع من قبل و ٥,٥% حاج لا يعرفون مزايا المشروع ٠,٤% حاج يعتقدون بأن الأسعار مرتفعة و ٢,٢% غير مقتنعين بفعالية المشروع. ويفضل ٠,٣% حاج منهم الذبح بنفسه ٠,٢% صعوبة الوصول إلى مراكز التوزيع ولم يجب على هذا السؤال ١,٦% حاجاً.

٣,٥,٢,٦,٤ سعر الذبائح بالمشروع:

تعتبر الأسعار من أهم العوامل في سلوك الأفراد تجاه التعامل التجاري وهو المؤثر الرئيسي في زيادة ونقص عدد المتعاملين والمستهلكين.

ومن الجدول رقم (٦٣) نرى أن هناك نسب متفاوتة حول سعر الذبائح حيث نرى أن أسعار المشروع في نظر الحاج مرتفعة ونجد أن نسبة ٣٠,١% من حجم العينة يعتقدون ذلك بينما يرى ١٢,٦% من حجم العينة أن أسعار مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي أقل من البدائل الأخرى بينما يجد ١٤,٥% من حجم العينة أن الأسعار متقاربة مع البدائل الأخرى. أما بالنسبة لعدم العلم بالأسعار فنجد أن ما نسبته ٢٢,٥% من حجم العينة يرون ذلك. بينما ما نسبته ٢٠,٢% من الحاج لم يجيبوا على هذا السؤال.

٣,٥,٢,٦,٥ الأعمال التي يقوم بها المشروع ويشرف عليها:

كما هو واضح من العنوان سيتم تناول الأبعاد الخاصة بنظرة الحاج حول المشروع وتقبله للخدمات المقدمة.

نلاحظ ما لجدول رقم (٦٥) أن ما نسبته ٨, ٥٠% من حجم العينة من الحجاج يعتقدون بأن حكومة المملكة العربية السعودية لا تشرف على هذا المشروع. بينما امتنع عن الإجابة ٣٣% من الحجاج الذين استهدفهم الاستبيان.

٣,٥,٢,٦,٥,٢ إجازة توكيل المشروع من قبل هيئة شرعية

يدرك الكثير من الحجاج تصل نسبتهم إلى ٥٥,٤% من حجم العينة أن توكيل مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي بالذبح نيابة عنهم جائز بينما لا يدرك ذلك نسبة تصل إلى ١٢,٥% من الحجاج. أما الذين امتنعوا عن الإجابة فتصل نسبتهم إلى ٣٢,١% من أفراد العينة المستهدفة ويتضح ذلك من الجدول رقم (٦٦).

أما من الجدول رقم (٦٧) نستنتج كذلك أن الكثير من الحجاج تصل نسبتهم إلى ٥٦,٧% من الحجاج يدركون إلى أن هيئة شرعية متخصصة أجازت توكيل الحاج للمشروع بالذبح نيابة عنه بينما تصل نسبة الذين يعلمون ذلك إلى ١١,١% من حجم العينة بينما امتنع عن الإجابة ما نسبته ٣٢,٢% من الأفراد.

٣,٥,٢,٦,٥,٣ اختيار الذبائح وتذكيته للمواصفات الشرعية.

بالنسبة لمراعاة المواصفات الشرعية من قبل المشروع يدركها الحجاج بما نسبته تصل إلى ٥٧,١% من حجم العينة بينما ١٠,٧% من حجم العينة يشكون في ذلك بينما امتنع عن الإجابة ما نسبته ٣٢,١% من حجم العينة ويتضح ذلك من الجدول رقم (٦٨) بالنسبة لمعرفة الحجاج بالمشروع يقوم بتزكية الذبائح وفقاً للمواصفات الشرعية ضمن الجدول رقم (٧٢) نجد أن ما نسبته ٤٢% من الحجاج يدركون هذا الشيء بينما نجد أن ما نسبته ٢٥,٩% من حجم العينة يرون أنه لا يتم التزكية طبقاً للمواصفات الشرعية وذلك من قبل المشروع. أما ما نسبته ٣٢,١% من الأفراد فلم يجيبوا.

لتغطية الطلب الكبير على الذبائح خلال موسم الحج لا بد من الاعتماد على مصادر خارجية ويقوم مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي بشراء الذبائح مباشرة من مصادره الخارجية.

وبالنظر إلى الجدول رقم (٦٩) نجد أن نسبة ٤٢,٨% من الحاجاج لا بد من الاعتماد على مصادر خارجية ويقوم مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي بشراء الذبائح مباشرة من مصادرها الخارجية.

وبالنظر بالجدول رقم (٦٩) نجد أن نسبة ٤٢,٨% من الحاجاج يرون إلى أن المشروع يقوم بشراء الذبائح مباشرة من مصادرها الخارجية بينما يرى ٢٣,٩% من الحاجاج بأن المشروع لا يقوم بالشراء مباشرة من مصادرها الخارجية بينما امتنع عن الإجابة ما نسبته ٣٣,٣% من الحاجاج المستهدفين في البحث عن الإجابة.

أما عن إشراف مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي مباشرة على عملية نقل الذبائح بحيث لا يعتمدون على جهات نقل أخرى نجد أن ٤٧,٦% من الحاجاج يرون أن المشروع يقوم بالإشراف مباشرة على عملية نقل الذبائح بينما يرى ١٩,٤% من الحاجاج إلى أن المشروع يعتمد على جهات أخرى في عملية نقل الذبائح من وإلى المشروع بينما هناك ٣٣% امتنعوا عن الإجابة وذلك كما هو طاهر بالجدول رقم (٧٠). إن توفير جزارين متخصصين للقيام بعمليات ذبح النسك في مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي يوفر كثيراً على المشروع ويقدم خدمات جليلة للحجاج ويدرك معظم الحاجاج ذلك كما هو موضح بالجدول (٧١) حيث نجد أن نسبتهم تصل إلى ٥١,٥% من حجم العينة من الحاجاج بينما هنالك نسبة ١٥,٨% من الحاجاج يرون عكس ذلك أما عن الذين امتنعوا عن إجابة فتقدر نسبتهم بـ ٣٢,٧% من حجم العينة.

تنظيم الذبائح والتخلص من النفايات من قبل المشروع: ٣,٥,٢,٦,٥,٥

أن حكومة المملكة العربية السعودية وحرصها على صحة الحجاج وتوفير الأجواء الصحية حتى يتمكنوا من أداء مناسك الحج تهم كثيراً بالتخلص من النفايات الناتجة عن الذبائح في شهر الحج. وبما أن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي من ضمن أجد الجهات التي تشرف عليها الحكومة نجد الاهتمام بالتخلص من النفايات بطريقة تراعي صحة الحجاج ونظافة البيئة. ويدرك هذه الأشياء الكثير من الحجاج فنرى من الجدول رقم (٧٣) إلى أن نسبة كبيرة تصل إلى ٥٣,٨% من حجم العينة يرون إلى أن المشروع يهتم بالنظافة ويراعي صحة الحجاج.

بينما يعارض ذلك ١٣,٩% من الحجاج ويرون العكس تماماً. أما من امتنعوا عن الإجابة على هذا الاستفسار فتصل نسبتهم إلى ٣٢,٣% من حجم العينة.

توزيع لحوم الذبائح على الفقراء بالحرم والدول الإسلامية. ٣,٥,٢,٦,٥,٦

إن من الأمور التي يقوم بها مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي هو قيامه بتوزيع لحوم ذبائح النسك على فقراء الحرم.

ونلاحظ من الجدول رقم (٧٤) أن ما نسبته ٥٣,٢% من حجم العينة من الأفراد يدركون إلى أن مشروع الإفادة يقوم بتوزيع الذبائح على فقراء الحرم بينما يرى عكس ذلك ما نسبته ١٣,٧% من حجم العينة.

كذلك نجد أيضاً أن المشروع يقوم بنقل ما يفيض عن حاجة فقراء الحرم إلى الدول الإسلامية وتوزيعها على الفقراء. فهناك ما نسبته ٥٢,٢% من الحجاج يدركون هذا الشيء بينما هناك نسبة ١٩,٥% من حجم العينة يرون عكس ذلك هو أن المشروع لا يقوم بنقل الفائض إلى الدول الإسلامية وتوزيعها على الفقراء وأخيراً نلاحظ أن من امتنعوا عن الإجابة ما نسبته ٢٨,٣% من حجم العينة وذلك موضح في الجدول رقم: (٧٥).

٣,٥,٣ هل توجد فروق بين قبل وبعد الحج:

والإجابة لا توجد فروق بين قبل وبعد الحج من حيث إدراك ووعي الحاج وذلك حسب الجداول أرقام: (٥٣) و (٥٤) و (٥٥). ولعل المقلق في الأمر أن الجدول رقم (٥٤) يعكس لنا أن الوسائل غير الإعلامية كالأقارب والبعثة والحجاج الآخرين أكثر فعالية من الوسائل الإعلامية وخاصة بعد الحج. مع وجود نسبة كبيرة جاهلة بالمشروع قبل وبعد الحج الأمر الذي يجعلنا نعتقد بعدم فعالية وقدرة الوسائل الحالية في إيصال المشروع وأهدافه للحاج. وأن هناك حاجة ملحة لتطوير وسائل مغايرة ومختلفة عن الوسائل الحالية في التعامل مع المشروع وإيصال أهدافه ورسائله للمستهلك الحاج الذي يهتم بالقيام بالدور الصحيح استنادا على الجهد المبذول منه.

الاستراتيجية التسويقية العامة للإفادة من لحوم الهدى مشروع المملكة العربية السعودية

٤ مقدمة:

الذبح للهدى نسك هام يقوم به الحاج لغرض إتمام حجة الفريضة له، وعادة ما يتكلف الحاج الكثير للقيام بها ولا تتاح له الفرصة دوماً لتكرارها. لذلك يحرص الحاج على أن تسير العملية بصورة صحيحة نظراً لأهميتها الروحية له علاوة على المشقة والكلفة التي سيتحملها للوصول لهدفه وهو أن يتقبل الله عمله ويثيبه عليه. لذلك يتوقع أن يكون الحاج حريصاً على أداء الشعيرة بدون شوائب أو شكك. وعليه سنركز عند بناء الاستراتيجية على تحقيق هذا البعد من قبل المشروع. وهوطمأنة الحاج إلى أن المشروع له نفس درجة الحرص والرغبة في أن يكون حج الحاج كاملاً خالي من الشوائب فيما يختص باختيار وذبح وإيصال الذبيحة لمستحقيها كما جاء في القرآن ومراعية للمذهب المتبع من قبل الحاج.

ونهدف من بناء الاستراتيجية لتحقيق هدف مشروع المملكة العربية السعودية وهو أن يذبح جميع الحاج هديهم وصدقاتهم من خلال المشروع حتى تكون الفائدة أقصى ما يمكن. وبالتالي القضاء على الجوانب السلبية للذبح خارج المشروع وزيادة استفادة فقراء المسلمين من الذبائح في مختلف دول العالم بعد اكتفاء.

ترتكز الاستراتيجية المراد تطبيقها خلال العام الحالي ١٤١٩ هـ على بناء بعد إيجابي يربط بين الحاج والمشروع هدفه دعم الحاج في أداء نسكه بيسر وسهولة وإتاحة الفرصة له لخدمة فقراء المسلمين بإيصال الهدى والصدقات لهم بعد أن يكتفي فقراء الحرم مصداقاً لقوله تعالى (والبدن جعلناها لكم من شعائر الله لكم فيها خير فاذكروا اسم الله عليها صواف فإذا وجبت جنوبها فكلوا منها وأطعموا القانع والمعتر كذلك سخرناها لكم لعلكم تشكرون) سورة الحج ٣٦.

وعند بناء الاستراتيجية نود أن نركز على أهمية تقليل التكلفة إلى أبعد حد حتى لا يتحمل الحاج تكاليف ليس لها صلة سوى جذبه نحو الذبح في المشروع. وبالتالي سيكون

الخيار المراد تنفيذه هو أقل الخيارات تكلفة وأكثرها فعالية في إقناع الحاج بدور المشروع خاصة وأن الوعي بالمشروع لا يعتبر جيد. وهناك نوعان من الاستراتيجيات المراد تطبيقها واحدة تختص بالحاج والأخرى تختص بالمنافسة واحتوائها.

٥ رسالة ورؤية المشروع:

ونستعرض في هذا الجزء رسالة المشروع ورؤيته حتى نظهر الأسس التي بنيت عليها الاستراتيجية وتهدف لتحقيقها. فالأبعاد والأدوات المستخدمة ستكون مركزة على تحقيق رسالة المشروع والوصول لهذه الرؤيا.

ورسالة المشروع هي " يسعى مشروع المملكة العربية السعودية للإفادة من لحوم الهدى والأضاحي كمشروع خيري إلى إفادة فقراء المسلمين من لحوم الهدى خارج المملكة بعد اكتفاء فقراء الحرم. وتمكين الحاج من أداء نسكه بيسر وسهولة، مع الحرص على ضمان نظافة البيئة في الحرم".

تم استخدام رؤيا طورها الباحثون وتدور حول (فكلوا منها وأطعموا البائس الفقير) وبالتالي نهدف من هذه الرؤيا الإيضاح للحاج حقيقة هامة وهي أن الحاج سينال الأجر نتيجة لأدائه جزء من الشعيرة الدينية بسبب قيامه بالذبح مع المشروع لأن المشروع ونيابة عن الحاج سيوصل الذبائح للفقراء المستحقين. وهنا يجب أن نركز على بعد إعادة الهيكلة وتخفيض سعر الذبيحة كجزء من الاستراتيجية التي سيتم تنفيذها هنا.

٦ أولاً: استراتيجية المستهلك:

وعناصر الاستراتيجية التي نسعى لتنفيذها هي:

١. أدوات تعكس رسالة المشروع وهدفه وإقناع الحاج بها وجدوها.
٢. خفض تكلفة الذبيحة وخاصة الجزء المدفوع من الحاج للحصول على خدمات المشروع.
٣. الوسائل الإعلامية المستخدمة لإيصال الرسالة.
٤. الإعلان موجه بلغة الحاج صوتاً وكتابة.
٥. أن يتم عرض ثلاثة أنواع من الكوبونات مختلفة السعر.

٦،١ أدوات الاستراتيجية:

سيتم استخدام عدد من الأدوات الهامة التي ستعطى رسالة واضحة للحاج حول المشروع الخيري وهدفه وتطمئنه على نسكه بدون أي شوائب. وتتكون هذه الأدوات من العناصر التالية:

١. عقد الالتزام.
٢. كوبونات مختلفة التوقيت للذبح.
٣. منشورات تشجيعية.
٤. فيلم لمدة دقيقة واحدة.
٥. وشريط أوديو.
٦. مطويات.
٧. المعلقات.
٨. اللغة المستخدمة.

٦،١،١ عقد الالتزام:

عادة ما يهتم الفرد عندما يجد نفسه أمام علاقة تعاقدية من خلالها يضمن أن الطرف الآخر سيلتزم بهذا العقد وسيحترمه ويضمن نقل العبء والذنب عنه. عادة ما

يهتم الفرد بالكلمة المكتوبة كنوع من الالتزام الحرفي حتى يطمئن الحاج من إتمام نسكه بطريقة صحيحة. فالتكاليف التي يتعرض لها الحاج ورغبته في الأجر تجعله حذرا. ويعتبر أسلوب جديد وغير متعارف عليه عالميا إلا من خلال الضمانات المقدمة للسلع والمنتجات الكمالية. واستخدامه هنا هو نوع من الضمان للحاج ونقل أي مسؤولية لجهة مسؤولة تخاف وتراعي الله في أعمالها. وبالتالي يتوق أن تكون وسيلة جذب وطمأنينة للحاج حول إتمامه لنسكه حيث نجد أن هناك نبرة عدم ثقة وخاصة عند قيامنا بالدراسة النوعية.

ونقترح نص العقد كالتالي مع كتابته بلغة الحاج:

عقد التزام

يلتزم البنك الإسلامي كطرف أول وهو هنا المشرف والمنفذ لمشروع المملكة العربية السعودية للإفادة من لحوم الهدى والصدقات.

تجاه الحاج :.....(اسم الحاج).

١. أن يقوم باختيار الذبيحة التي تتفق مع الشروط الشرعية للهدى والصدقات.
٢. أن يتأكد من مراعاتها للشروط الصحية وأن يتم ذبحها بالأسلوب الشرعي الإسلامي.
٣. أن يفيد فقراء المسلمين من المقيمين في منطقة الحرم وبعد اكتفائهم يقوم بإيصالها لفقراء المسلمين حول العالم.
٤. وأن يقدم البنك الإسلامي للتنمية جزء من الذبيحة للوكيل حال طلبه لها.

طرف ثاني:

الحاج:

طرف أول:

البنك الإسلامي

٦,١,٢ كوبونات الذبح الزمنية:

جزء كبير من الحجاج يستند في كون المشروع يهمل بعد ديني هام حول الذبح في نفس اليوم ويتم بالتالي عرض ٣ أنواع من الكوبونات كل كوبون يحدد يوم الذبح من خلاله. فلأغنام المذبوحة في اليوم الأول لها كوبون محدد ويكون سعره أعلى من اليوم التالي بـ ٣٠ ريال والذبح في اليوم الثاني أعلى من اليوم الثالث بثلاثين ريال. مع أهمية إصدار الكوبونات بالحاسب الآلي ومن خلال رقم الكوبون يستطيع الكمبيوتر اطلاع المشتري الوقت الذي سيتم ذبح الذبيحة إنشاء الله ويطبع له. لأن الذبح في المجزرة يتم بحجم محدد كل يوم وبالتالي لن تكون هناك صعوبة في الإجابة على الحاج الراغب في معرفة وقت تزكية ذبيحته. وهذا يساعد على الاستجابة لعدد كبير من الحجاج الراغبين في الذبح مع المشروع بما يتفق مع مذهبهم.

٦,١,٣ المنشورات:

وهي عبارة عن صفحة يركز فيها على تطور الخدمة المقدمة وحجم المستفيدين كل عام داخليا وخارجيا. الهدف تكوين نوع من الاعتقاد بالدور الذي يقوم به البنك لتحقيق الاستفادة من اللحوم. وهي عبارة عن ورقة فيها جدول ورسم بياني فقط مع الرؤية الخاصة بالمشروع (فكلوا منها وأطعموا البائس). وأهمه أن الذبح وتواجد الذبيحة في المشعر الحرام وليس في مكان آخر. يضاف لها أهمية سرعة التوصيل لمختلف الدول الإسلامية للذبائح.

٦,١,٤ المطويات:

ويحقق من خلالها بعدين الأول يهتم الحاج بتواجدها معه كل وقت ويستخدمها وعلي جنبها يتم طباعة خارطة لمنطقة المشاعر أو ما هو مطلوب منه لإكمال ركن الحج وحسب المذهب الذي يتبعه الحاج (حتى لا يستشعر بتواجد تميز أو أن الخلاف في التطبيق لن يهتم به). والهدف منها استمرار تذكير الحاج بالمشروع وربما تحدثه مع غيره عند الراحة حول المطوية والجوانب الإيجابية فيها. وأن الذبح يجب أن يتم المشعر الحرام وأن الذبائح شرعاً يجب أن تساق إلى المشعر الحرام وليس في دولهم. وحجم الاستفادة منه.

٦,١,٥ المعلقات:

وهي وسائل تعريف كبيرة يستخدم من ضمنها العقد في الخلفية أو المنشور مع التركيز بـخط كبير على رؤية المشروع (فكلوا منها وأطعموا البائس). والتحدث في جملة بسيطة أو جملتين هن هدف المشروع مثل :

(تأكد من إتمامك لنسكك بنحر هديك بالأسلوب السليم مع المشروع).

(ساعد المسلمين في الاستفادة من لحوم هديك تعاون مع المشروع).

(فقراء المسلمين لهم نصيب في لحم هديك (وأطعموا البائس الفقير) أذبح في المشروع)

(مشروع المملكة يوفر لك:

ذبيحة شرعية ... ويوصلها لمستحقيها).

(دعمك للمشروع يعني فائدة لفقراء المسلمين)

(أليسوا هم أحق بها بدلا من تركها)

مع وضع صور توضح الذبح في المشروع وصور للمستفيدين من مختلف دول العالم.

وأن الذبح يجب أن يتم في المشعر الحرام ويساق الهدى إلى مكة المكرمة.

٦,١,٦ الفيلم:

وتكون مدته دقيقة واحدة يدور حول المستفيدين من المشروع ومراحل الذبح

داخل المشروع ويتحدث فيه معالي الدكتور أحمد على عن هدف المشروع. وتتكون من

العناصر التالية:

١. اختيار الذبيحة.

٢. الذبح بما يتفق مع الشرع.

٣. التوزيع لفقراء الحرم (وليس للمتعلقين حول المشروع) صور لأربطة مكة.

٤. التوزيع لفقراء المسلمين في مختلف دول العالم.

٥. أن الذبيحة يجب أن تساق وتذبح في المشعر الحرام.

٦,١,٧ شريط أوديو:

وهو شريط صوتي يركز على جوانب إيجابية في المشروع وخاصة النفع للحاج ولفقراء المسلمين مع التركيز على الآية القرآنية (وأطعموا البائس الفقير). وهذه الجوانب هي:

١. اختيار الذبيحة
٢. الذبح بما يتفق مع الشرع.
٣. التوزيع لفقراء الحرم (وليس للمتعلقين حول المشروع).
٤. التوزيع لفقراء المسلمين.
٥. دبلجة أصوات في الخلفية مهمة (للمواشي والدعاء من المستفيد).
٦. مع التركيز أن الذبح والهدى يجب أن يكون في المشعر الحرام.

٦,١,٨ اللغة المستخدمة:

لإنجاح السابق يجب أن تكون الأدوات السابقة بكافة لغات الحاج وبدون استثناء من خلال ترجمة صحيحة وما يقابلها وليس بترجمة حرفية. وعادة ما يعنى ذلك استخدام تسعة لغات هي السائدة في الدول الإسلامية.

٦,٢ الوسائط المقترحة:

الفيلم والمنشورات والمطويات يقترح عرضها ونشرها في المواقع التالية وقبل دخول أو مع دخول وتواجد الحاج وقبل بدئه بالنسك:

١. سفارات المملكة حيث يتحصل الحاج على التأشيرة. (منشورات، معلقات، مطويات، وعقد الالتزام والفيديو والأديو)
٢. مع جوازات الحاج (عقد الالتزام والمطوية).
٣. في الطائرات (عقد الالتزام والمطوية).
٤. في مركز استقبال الحاج في المطارات (معلقات، فيديو، أوديو، منشورات، عقد الالتزام، مطوية).
٥. في مراكز التفويج (معلقات، فيديو، أوديو، منشورات، عقد الالتزام، مطوية).

٦. التلفزيون السعودي (فيلم الفيديو).

٧. الراديو (الشريط).

٨. حول المسجد الحرام والمسجد النبوي (معلقات، منشورات، ستاند).

ويجب إيضاح أن تأثير الصحف وحسب الدراسة غير مجدي ومكلف مقابل هذه الوسائط وبالمعلقات.

٧ ثانياً: استراتيجية احتواء المنافسة:

هناك جانبان للمنافسة الأول ويرتكز على بيع الذبيحة من صغار التجار والثاني القائمون بعملية تذكية الذبيحة. وكلاهما معا يمثلان عنصراً للمنافسة والاستراتيجية ترتكز على إلغاء دور الفئة الثانية مع السماح للأولي بالعمل والمنافسة وتحييد فائدتها من الذبح المباشر الرخيص.

٧,١ صغار التجار:

وتستند هذه الاستراتيجية على التركيز على جانب العرض وتحييد دور المنافسين خارج المشروع. من خلال استقطابهم وجعل عملية الشراء والذبح تتم تحت سيطرة المشروع ويسدد الحاج تكلفة الذبح. ويتم ذلك من خلال نقل المنافسة خطوة أعلى حيث يتم تخصيص واحدة من المحازر المتوسطة (ثمانون ألف رأس (المعصم)) لصالح احتواء المنافسة. وتتم العملية من خلال تحديد واحدة من المحازر الثلاث التي يتم تشغيلها من قبل البنك وخاصة مجزرة المعصم رقم (١). ويؤجر كل واحد من المستأجرين الحاليين في المجزرة البديلة واحد من الحظائر الحالية التي يخزن فيها المتعهد لصغار التجار وأمام كل حظيرة يتم وضع كشك يتواجد فيه شخص من قبل البنك الإسلامي ومن قبل المؤجر. ويتجه الحاج الراغب في الشراء من التجار للمفاصلة وتحديد السعر للكشك ويتفق مع مندوب التاجر ويختار الذبيحة. ومن ثم يسدد لمندوب البنك قيمة وأجور الذبح والتخزين والنقل والتوزيع مع إعطائه الحق في الحصول على الذبيحة. ويتجه بعدها للساحة مع الذبيحة وتذبح أمامه كما يتم حالياً مع الوكلاء. والمساحة كافية لدخول الفرد وقيامه بالنسك هنا والطاقة مائة

ألف كافية لاحتواء المنافسة. ولكن يجب تنظيم حركة الدخول والخروج من المجزرة بصورة تضمن عدم الازدحام وسهولة الحركة. فالمنافسة حاليا ومن خلال الذبح العشوائي وترك الذبائح تستفيد من فرق تقديم الخدمة وتسباع المواشي بسعر أفضل. فالحاج يقارن السعر النهائي للذبيحة مع البنك (سعر البنك يعكس سعر الرأس مضاف له الذبح والتوزيع وخلافه). والتاجر يبيع الذبيحة بسعر أقل وعادة ما تكلف عملية الذبح ١٠ ريال فقط. وهنا يستطيع التاجر أن يكسب من تسعيره مع انخفاض كلفة الذبح بصورة أكبر.

٧,٢ المزيكين:

وبالنسبة للراغبين في العمل ولاحتواء الحاجة للعمالة يمكن أن نكون وظائف للجزارين المؤقتين يتم عرض وظائف مؤقتة في المجازر لهم في نفس الموسم. والهدف هو احتواء التنافس من قبل الجهتين المؤثرة والمعركة للبنك للقيام بدوره. ويمكن توجيههم للعمل في المجزرة من خلال توظيفهم للعمل وبسعر رمزي أو مكافأة وبأسلوب يختلف عن الأسلوب الحالي المستخدم من قبل البنك. وعادة ما يكونوا من الأفراد العاملين في المطابخ في منطقة جدة ومكة.

٨ ثالثا: استراتيجية تحيد الموردين:

ونهتم من خلال هذه الاستراتيجية بالقضاء على الضغوط الاحتكارية من قبل الموردين الحاليين نظرا لصغر حجمهم (ثلاثة أو خمسة إذا أضفنا متوسطي الحجم) من خلال إتاحة الفرصة للدول الإسلامية أعضاء البنك الإسلامي في الدخول في المناقصة بهدف زيادة حجم المنافسة وعدم قصرها على التجار المحليين نظرا لأن هدف المشروع غير ربحي وفائدته يجب أن تعم المسلمين.

٩ الاستنتاجات:

ويمكن تقسيم الاستنتاجات إلى أجزاء رئيسية هي كالتالي:

٩,١ المنافسة:

- Ⓒ أن اكثر أنواع الخرفان المتوفرة هي البربري والحري ويرجع ذلك إما لتفضيله عن غيره أو توفره بشكل كبير أو انخفاض سعره.
- Ⓒ تتراوح أسعار المواشي لدى أفراد العينة ما بين ٢٠٠ إلى ٤٠٠ ريال
- Ⓒ تتراوح متوسط أسعار الذبائح المشتراة ما بين ٢٦٠ - ٤٠٠ ريال.
- Ⓒ حددت نسبة من أفراد العينة المساهمة كصيغة للتعاون مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي .
- Ⓒ لا يقوم المشروع بعملية الذبح في أيام التشريق ويعتبر ذلك من أسباب عدم تعاون الملاك مع المشروع .
- Ⓒ لم يتم تحديد المصادر التي يحصل الملاك على المواشي منها .
- Ⓒ مواقع الحظائر التي يمتلكها أصحاب الحظائر في المجزرة البديلة تتركز في مواقع محددة كموقع الشرائع والعسيلة .
- Ⓒ هنالك نسبة كبيرة من أفراد العينة لا يمتلكوا احواش ويعتبروا تجار مواشي وليسوا منتجين.
- Ⓒ هنالك نسبة كبيرة من حجم العينة ترغب في التعاون مع المشروع وذلك ضمن صيغة محددة كالقيام باستيراد المواشي للمشروع أو القيام بالبيع من خلال المشروع.
- Ⓒ يرجع بعض أفراد العينة أسباب عدم التعاون مع المشروع وذلك لان المشروع يعتبر منافس خطير يؤثر على أعمالهم.
- Ⓒ يلاحظ أن هنالك نوع واحد من الماعز والذي يقوم المنافسون بتوفيره وهو الماعز البيشي.

٩,٢ المستهلك:

- ⊖ أكثر أنواع ذبح النسك انتشاراً هو الهدي ثم يأتي بعد ذلك الأضاحي.
- ⊖ عدم الاستفادة الشخصية من الذبائح من قبل نسبة كبيرة من الحجاج ويكون مصير الجزء غير المستفاد من معظمه ترك في مكان الذبح.
- ⊖ كثرة توافر مراكز الحصول على القسائم (الكوبونات) له دور كبير في تسهيل شراء الحجاج لهذه الكوبونات.
- ⊖ نستنتج بالنسبة للعلم بوجود المشروع إلى أن نسبة ليست بالقليلة لا يعلمون بوجود المشروع ويمكن أن يرجع ذلك إلى عدم انتشار فروع للمشروع وليس هناك طريقة لإيصال المعلومات عن المشروع للحجاج لذلك يجب توعية ونشر إعلان عن أعمال المشروع ونتائجه وخدماته.
- ⊖ مستوى التعليم للحجاج ينحصر بين المستوى الثانوي والجامعي.

٩,٣ المشروع:

- ⊖ أسعار الذبائح في المشروع عالية مقارنة بالبدائل الأخرى.
- ⊖ إن من أكثر الأسباب عدم تفضيل الذبح من خلال المشروع عدم علمهم بوجود المشروع أو خدماته.
- ⊖ كانت للفتوى الشرعية مجاوز توكيل المشروع عنهم في عملية ذبح النسك لها فاعليه جيدة في سلوك الحجاج بالتعامل مع المشروع.
- ⊖ من أسباب تفضيل الحجاج والتعامل مع المشروع توفير الجهد وسهولة الحصول على القسائم كذلك الفتوى الشرعية بالإضافة إلى مزايا المشروع الأخرى .
- ⊖ نجد أن أكثر مواقع الشراء من المجزرة ثم من الباعة المتجولين.
- ⊖ نسبة كبيرة من الحجاج لا يدركون البدائل المتاحة أمامهم للذبح.
- ⊖ نستنتج من الإجابات بان مشروع الافاده من لحوم الهدي والأضاحي ناجح ومقبول لدى كثير من الحجاج لكن هنالك مشكلة تتمثل في عدم معرفة الحجاج عن المشروع بنسب متفاوتة بين ٧% إلى ١٤% من حجم العينة عن المشروع والأعمال التي يقوم بها .

- Ⓒ هنالك طرق ذات فاعليه كبيره للتعرف على المشروع وهم المطوفين ورؤساء بعثات الحج.
- Ⓒ هنالك ما نسبته ٧% إلى ١٤% امتنعوا عن الإجابة على بعض أسئلة الاستبيان أو تجاهلوا لعدم معرفتهم بالإجابة.
- Ⓒ هنالك نسبة كبيره من الحجاج ذوي الجنسية التركية لا يعرفون بوجود المشروع وذلك يعود إما لتفضيلهم الذبح خارج المشروع أو لعدم معرفتهم بالمشروع.
- Ⓒ يرغب حجم كبير من أفراد العينة في التعاون مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي .
- Ⓒ يفضل الكثير التعامل مع المشروع ويرجع ذلك لسهولة الحصول على قسائم الذبح أو لتوصية الأصدقاء.
- Ⓒ يقوم المشروع بتوزيع لحوم الذبائح على الفقراء في الحرم كذلك على الفقراء في الدول الإسلامية الأخرى.
- Ⓒ يقوم معظم الحجاج بشراء نسكهم بأنفسهم والبعض يعتمد على أقرباء لهم أو بواسطة المشروع أو رئيس البعثة الحجية.
- Ⓒ يلاحظ أن معظم أفراد العينة من العاملين بالقطاع الخاص.
- Ⓒ يلاحظ أن نسبة كبيره من الحجاج الأتراك قد حجوا أكثر من مره.

١٠ التوصيات:

١. توفير مساحة قريبة من الحظائر وذلك لوضع المواشي التابعة لهم حتى يمكن تلبية طلبات الحجاج بأسرع وقت ممكن وبأقل تكلفة وجهد ممكنان
٢. إعطاء أولوية لتوعية الحجاج بأنواع الحج وعلاقته بالذبائح.
٣. التركيز على توعية الحاج ببدائل الذبح المتوفرة ومزايا الذبح من خلال المشروع.
٤. الأخذ في الاعتبار عند تصميم حملات التوعية أن متخذ قرار الذبح هو الحاج، وان لرئيس البعثة تأثيرا هاما في القرار وبالتالي اعتبارهما المستهدفين من حملات التوعية.
٥. إعادة النظر في تحجيم المحاور (downsizing) و توسيع رقعتها الجغرافية لتشمل أكبر قدر من الحجاج.
٦. دراسة تصميم آلية تسيطر على سلبات إلقاء مخلفات الذبح في مكان الذبح، وعدم الاستناد المطلق إلى عدم نظامية الذبح خارج المشروع. حيث أن الآليات الإلزامية لجهات الرقابة غير فعالة بدرجة كافية.
٧. إعادة النظر في آليات تقويم حملات تسويق خدمات المشروع في السابق، إذ توجد نسبة كبيرة من الحجاج ليس لديها أي علم بوجود المشروع.
٨. التركيز على وسائل الإعلام والإعلان الفعالة في موطن الحاج لإعلامه بالمشروع والإعلان عن خدماته وإيجابياتها.
٩. التركيز على إبراز التزام المشروع بالمواصفات الشرعية للذبح في اتصالاته الإعلامية والتسويقية.
١٠. ترويج فتوى جواز التوكيل للذبح لغرض زيادة المستفيدين من خدمات المشروع.
١١. تطعيم الحملات الإعلامية والتسويقية بمزيج من سلبات الاعتماد على الذات وعلى الغير في الذبح خارج المشروع، كاستراتيجية ردع تساهم في تفعيل

الحملات الإعلانية والتسويقية لبعض الحاج الذي تكون درجة استجابتهم أسرع لهذا النوع من التصوير للواقع.

١٢. توضيح مبررات فوارق السعر بين الذبح من خلال المشروع والذبح خارج المشروع، لترشيد قرار الحاج الخاص بالذبح وجعله يميل إلى اتخاذ قرار الذبح من خلال المشروع.

١٣. توضيح ابتعاد المشروع عن الأهداف التجارية، وتركيزه على الأهداف السامية المرتبطة بقرار تأسيسه من خلال الحملات الإعلامية المركزة.

١٤. العمل على إشعار الحاج بأن ما ينعم به من إيجابيات التخلص من النفايات ودرء الأمراض المصاحبة لتلك النفايات هي في جانب كبير من آثار فعاليات المشروع.

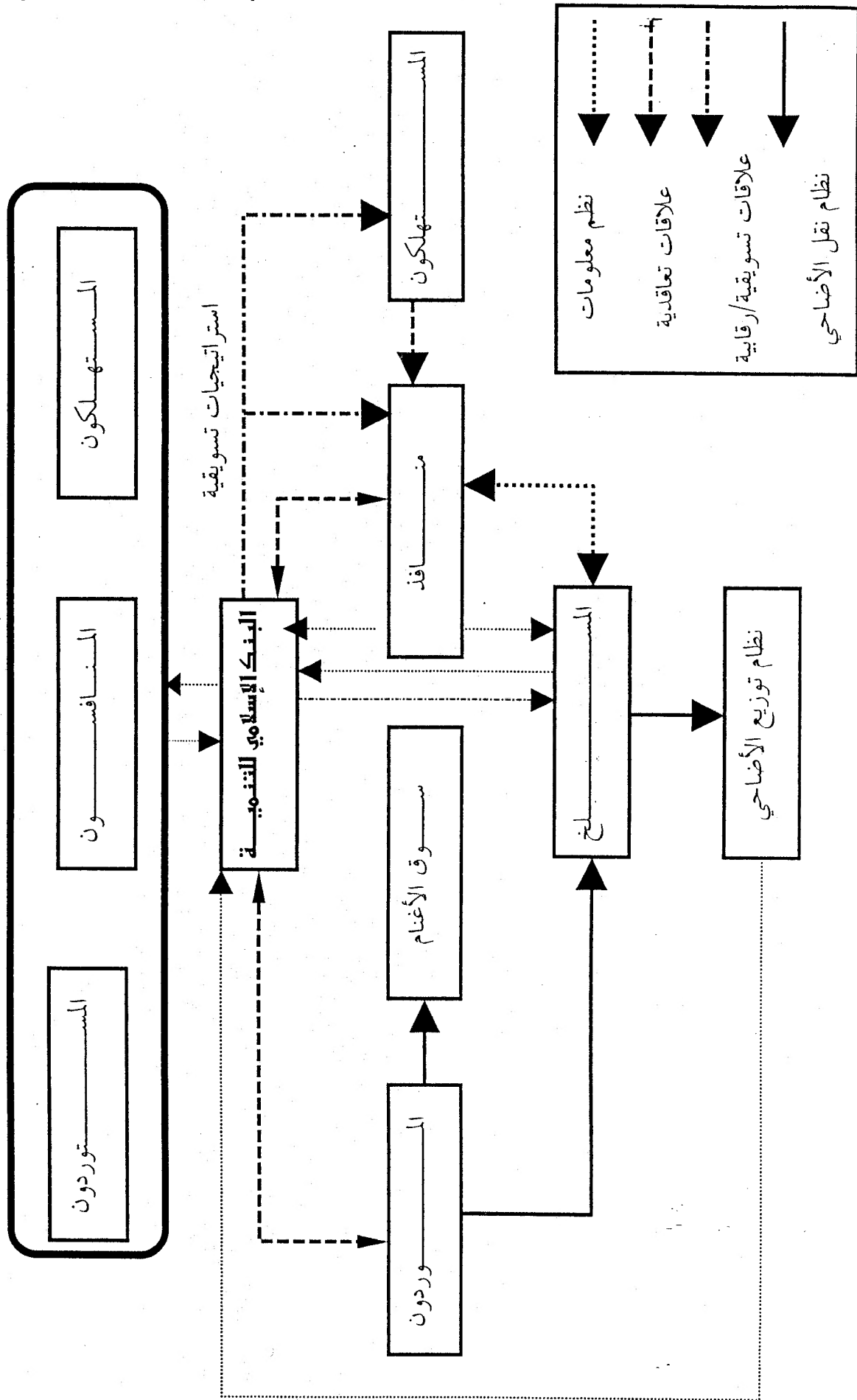
١٥. العمل على الاستفادة من كون معظم الحاج يقدمون بالطائرات والعمل على التواصل معهم في طائراتهم عن طريق الوسائل الإعلامية والترويجية.

١٦. الاستمرار في تسهيل مهمة توفير الكوبون للحاج، والنظر في البدائل التقنية، كآلات المشاهدة لآلات الصرف.

١٧. العمل على زيادة فعاليات إلزام منع الباعة المتجولون، والذبح خارج المحازر.

١٨. توسيع نطاق عمل المشروع ليشمل أكثر من مجزرة.

دراسات السوق /



فهرس ايات

الموضوع	رقم الصفحة
مقدمة:	١
المنافسة:	٢
١٢, ١ المجرة البديلة:	٢
١, ١, ٢ أنواع الذبائح المتوفرة لدى الملاك وكمياتها	٣
٢, ١, ٢ نسبة امتلاك الاحواش ومساحاتها	٤
٢, ١, ٣ عدد الحظائر الموجودة في مكة والمستأجرة	٤
٢, ١, ٤ توافر خدمات الذبح للحاج وتكاليفها:	٥
٢, ١, ٥ التعاون مع مشروع الملكة:	٥
٢, ١, ٦ تأثير وجود مشروع الملكة:	٥
٢, ١, ٧ صيغ التعاون مع المشروع	٦
٢, ٢ كبار تجار المواشي:	٦
٢, ٣ أطراف أخرى:	٨
٢, ٤ مجرة الجمال	٨
٢, ٥ النتائج:	٩
تحليل المستهلك:	١٠
٣, ١ جمع المعلومة قبل وبعد الحج:	١٠
٣, ٢ طرق جمع المعلومات:	١٠
٣, ٢, ١ أنواع أدوات جمع البيانات:	١١
٣, ٢, ٢ العينة:	١١
٣, ٣ نتائج المستهلك (الوكلاء):	١٦
٣, ٣, ١ أنواع الحج المحرم به وأنواع الذبائح التي ذبحت	١٧
٣, ٣, ٢ عملية شراء الذبائح وأماكن ذبحها	١٨
٣, ٣, ٣ التعامل مع مشروع الملكة للافاده من لحوم الهدي والأضاحي	١٩

- ٢٠..... ٣,٣,٤ الأعمال التي يقوم بها المشروع ويشرف عليها
- ٢١..... ٣,٤ الاتجاه النوعي:
- ٢٥..... ٣,٥ نتائج المستهلك (الحاج):
- ٢٦..... ٣,٥,١ قبل الحج:
- ٤٢..... ٣,٥,٢ بعد الحج:
- ٦٠..... ٣,٥,٣ هل توجد فروق بين قبل وبعد الحج:
- ٦١..... مقدمة:
- ٦٢..... رسالة ورؤية المشروع:
- ٦٣..... أولاً: استراتيجية المستهلك:
- ٦٣..... ٦,١ أدوات الاستراتيجية:
- ٦٣..... ٦,١,١ عقد الالتزام:
- ٦٥..... ٦,١,٢ كوبونات الذبح الزمنية:
- ٦٥..... ٦,١,٣ المنشورات:
- ٦٥..... ٦,١,٤ المطويات:
- ٦٦..... ٦,١,٥ المعلقات:
- ٦٦..... ٦,١,٦ الفيلم:
- ٦٧..... ٦,١,٧ شريط أوديو:
- ٦٧..... ٦,١,٨ اللغة المستخدمة:
- ٦٧..... ٦,٢ الوسائط المقترحة:
- ٦٨..... ثانياً: استراتيجية احتواء المنافسة:
- ٦٨..... ٧,١ صغار التجار:
- ٦٩..... ٧,٢ المزكين:
- ٦٩..... ثالثاً: استراتيجية تحديد الموردين:
- ٧٠..... الاستنتاجات:
- ٧٠..... ٩,١ المنافسة:

٩,٢ المستهلك: ٧١

٩,٣ المشروع: ٧١

١٠ التوصيات: ٧٣

الملاحق ق: